



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Umbrales de la Creatividad

**Construcción Social de Conocimiento Creativo en Algunas Micro - Pequeñas
Organizaciones Productivas (MiPymes)**

Samuel Alberto Herrera Castiblanco

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ingeniería – Sede Bogotá
Doctorado en Ingeniería – Industria y Organizaciones
Bogotá, Colombia
2019

Umbrales de la Creatividad

**Construcción Social de Conocimiento Creativo en Algunas Micro - Pequeñas
Organizaciones Productivas (MiPymes)**

Samuel Alberto Herrera Castiblanco

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar al título de:
Doctorado Ingeniería:
Industria y Organizaciones

Directora:
Dra. OLGA RESTREPO
Socióloga – Profesora Facultad de Ciencia Humanas. Profesora Titular U.N.

Área:

Investigación en Epistemología de las organizaciones, la hermenéutica de la gestión
y el pensamiento empresarial de la industria y las organizaciones productivas.

Línea de Investigación:

Sistemas y Gestión de la tecnología, la información, el conocimiento y la innovación
tecnológica en la industria y las organizaciones.

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ingeniería – Sede Bogotá
Doctorado en Ingeniería – Industria y Organizaciones
Bogotá, Colombia
2019

Este trabajo va dirigido a las personas que lo hicieron posible, no sólo en su germinación sino su desarrollo. A los que de diversas maneras me animaban cada vez que procuraba desistir. A los que fueron “soporte”, también a todos aquellos que me posibilitaron ‘soñar’ investigativamente hablando. Gracias a ellos, por permitirme ver cosas que jamás hubiera imaginado.

*Quien con monstruos lucha cuide de no convertirse a su vez en monstruo.
Cuando miras largo tiempo a un abismo, también este mira dentro de ti.
(Nietzsche, 2006, p. 146)*

*La ciencia consiste en descubrir que las cosas existen.
(Sofocléto)*

Agradecimientos

El presente estudio investigativo se origina en las disertaciones teóricas que compartíamos con el profesor *William Vásquez* en el marco de las clases del taller de Diseño 3 y luego del Laboratorio de Diseño III asignaturas del plan de estudios de Diseño Industrial, de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia. Las consideraciones crítico – estético - creativas construidas a partir de *la maquina* “Criptomaquinoantropomórfica de Bogotá” posibilitaron miradas alternativas hacia la creatividad desde la perspectiva del diseño. De igual manera, sería innumerable la cantidad de personas que han favorecido la construcción del presente trabajo. Me gustaría agradecer a las personas que con su presencia ayudaron a sobrellevar la cotidianidad etnográfica, sobre todo a Doña Teresa Hurtado y a su hija Yara Aristizábal como también a cada una de sus vendedoras y a su productor Don José, como también de manera especial a Zaza-Drag. Agradezco infinitamente a aquellas personas que muchas veces no aparecen de manera explícita en el trabajo investigativo, pero que con su presencia y ánimo vitalizaron aquellos momentos álgidos que normalmente acompañan la investigación. De manera especial a *Ana Libia (mi esposa), Pablo y Erica (mis hijos), Alicia y Alberto (mis padres,)* a *mi directora de tesis la profesora y socióloga Olga Restrepo* por su férrea constancia creativa, *al profesor Carlos Cortés Amador (q.e.p.d.)* por siempre haber creído en esta propuesta investigativa. También debo reconocer el aporte realizado por los integrantes del grupo de investigación MIMAPRO. No puedo dejar pasar la oportunidad para agradecer por su apoyo incondicional a la Universidad Nacional de Colombia, la Facultad de Artes y la Escuela de Diseño Industrial.

Resumen

En esta tesis se discuten algunos planteamientos que constituyen la creatividad como una cualidad situada a la hora de configurar y coproducir un par de zapatos Drag Queen a partir de la negociación de las identidades de diversos actores que conforman una red socio-creativa, gracias a un estudio de caso de tipo etnográfico en una pequeña y exitosa organización productiva -MiPyme- localizada en el barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá. El abordaje de tipo “émico”, permitió estructurar un discurso en torno a la “creatividad situada”, sin descuidar en tal proceso su incidencia en las dinámicas de construcción social de conocimiento creativo. Constituye un ejercicio de reflexión crítica para comprender cómo los diversos actores visibilizan su mundo a partir de retóricas coproducidas. Nos habla, en particular, de la negociación de “estilos de pensamiento” de cada uno de ellos a partir de su experiencia de mundo, de su condición humana en torno a la apariencia de los Zapatos Drag Queen. Hasta el punto de explicitar detalladamente la naturaleza de las diversas “jugadas creativas” de Yara Aristizábal, Don José y de Zaza-Drag desde las “crisis creativas”, “la creatividad entre el oficio y la maestría” y la “creatividad performativa”.

- Palabras clave:
- Creatividad situada, MiPymes, Drag Queen, identidad, red socio-creativa, performatividad.

Abstract

In this Thesis it is discussed some approaches that constitute the creativity as a quality, situated in the configuration and coproduction of a pair of Drag Queen's shoes, from the negotiation of identities of diverse actors that conform a socio-creative web, thanks to the case study, of ethnographic type, in a small and successful productive organization - MiPyme-, located in Restrepo neighborhood in Bogotá D.C. city. The “emic” type approach allowed the structure of a discourse about the “situated creativity”, without overlooking in it its incidence in the dynamics of social construction of the creative knowledge. It constitutes a critical-reflexive exercise, to understand how the diversity of actors visible their world through coproductive rhetoric's. It mentions, in particular, the negotiation of “thought styles” of each one of them, from their world experience, their human condition through the appearance of Drag Queen Shoes. To the point of explicitly explaining the nature of diverse

"creative plays" of Yara Aristizábal, Don José and Zaza-Drag, from the "creative crisis", the "creativity between trade and mastery" and the "performative creativity".

- Key Words:
- Situated creativity, MiPymes, Drag Queen, Identity, Socio-creative web, Performativity.

Contenido

AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	VIII
CONTENIDO	XI
LISTA DE FIGURAS	XIV
INTRODUCCIÓN	17
JUSTIFICACIÓN	22
PROBLEMÁTICA	23
OBJETIVOS	25
GENERAL	25
ESPECÍFICOS	26
METODOLOGÍA	26
FASE EXPLORATORIA	30
FASE DESCRIPTIVA	30
FASE INTERPRETATIVA	31
FASE EXPLICATIVA	31
CONSIDERACIONES ÉTICAS	32
SECTORES DE IMPACTO	32
1. <i>LA CREATIVIDAD COMO OBJETO DE CONOCIMIENTO</i>	34
1.1 DIFERENTES CREATIVIDADES	36

1.2	INTERIORIZACIÓN	46
1.3	ACCIONES	51
1.3.1	LA CREATIVIDAD COMO CONOCIMIENTO	51
1.3.2	DEMARCACIÓN Y SITUACIÓN	54
1.3.3	LA CONTINGENCIA DEL CONOCIMIENTO CREATIVO SITUADO	57
1.3.4	CONOCIMIENTO CREATIVO COMO CONSTRUCTO SOCIAL	58
1.3.5	REDES Y NEGOCIACIÓN	62
1.4	LEGITIMIDADES	65
1.5	LIMITACIONES	68
2.	<i>LAS CRISIS CREATIVAS</i>	71
<hr/>		
2.1	LAS CRISIS COMO ESTILO DE VIDA.	72
2.1.1	LLEGAMOS PARA QUEDARNOS.	75
2.1.2	LA IMPORTANCIA DE SABER A DÓNDE SE LLEGA.	81
2.1.3	UNO A VECES TIENE QUE EQUIVOCARSE PARA APRENDER	88
2.2	LA CRISIS COMO SITUACIÓN DE BORDE.	90
2.2.1	ANTE LA CRISIS FORTALEZA Y CONSTANCIA.	95
3.	<i>LA DISPOSITIVACIÓN CREATIVA</i>	101
<hr/>		
3.1	LAS JUGADAS CREATIVAS	102
3.2	LA INNOVACIÓN COMO RED DE ACCIONES	106
3.2.1	LA APERTURA DE UN NUEVO MERCADO	113
3.2.2	LA INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO DE UN BIEN NUEVO	121
3.2.3	LA INTRODUCCIÓN DE UN NUEVO MÉTODO DE PRODUCCIÓN	127
3.2.4	LA CONQUISTA DE UNA NUEVA FUENTE DE SUMINISTRO O DE PRODUCTOS SEMIELABORADOS	131
3.2.5	LA IMPLANTACIÓN DE UNA NUEVA ESTRUCTURA EN UN MERCADO,	133
4.	<i>LA CREATIVIDAD ENTRE EL OFICIO Y MAESTRÍA</i>	140
<hr/>		
4.1	DE LA CRISIS AL OFICIO	142
4.1.1	EL OFICIO COMO GUSTO	144
4.1.2	EL OFICIO COMO RESPONSABILIDAD	145
4.1.3	EL OFICIO COMO AUTORIDAD	148
4.1.4	DEL OFICIO A LA MAESTRÍA	163
4.2	LA MAESTRÍA	169
4.2.1	LA MAESTRÍA COMO DISEÑO	172
4.2.2	UN EJEMPLO DE MAESTRÍA COMO REPRESENTACIÓN	175

5. <i>LA CREATIVIDAD PERFORMATIVA</i>	179
5.1 ENTRE LO PÚBLICO Y PRIVADO	179
5.2 LLAMAR LA ATENCIÓN	182
5.2.1 LO 'SENCILLO PERO EXAGERADO' COMO MODO DE LLAMAR LA ATENCIÓN	191
5.2.2 LOS ZAPATOS EVOCADORES	194
5.2.3 LOS ZAPATOS QUE PROVOCAN	198
5.2.4 LOS ZAPATOS QUE CONVOCAN	203
6. <i>LOS ZAPATOS DRAG QUEEN</i>	211
6.1 PRIMERAS REFERENCIAS	212
6.2 QUÉ QUIEREN SER LOS ZAPATOS DRAG QUEEN.	215
6.3 QUÉ PUEDEN SER LOS ZAPATOS PARA DRAG QUEEN.	218
6.3.1 EL CUERO	220
6.3.2 CAMBIO DE ALTURA	221
6.3.3 EL PROBLEMA ESTRUCTURAL EN LAS "PLATAFORMAS VIRTUALES".	225
6.3.4 EL PESO	228
7. <i>LA CREATIVIDAD SITUADA</i>	229
7.1 PLANOS DE DISCUSIÓN	233
7.2 MECANISMOS	237
7.2.1 AUTENTICIDADES.	237
7.2.2 ASTUCIAS.	242
7.2.3 MODOS	247
CONCLUSIONES	248
BIBLIOGRAFÍA	261

Lista de figuras

Figura 2-1: Plaza de mercado y Parque Valvanera	82
Figura 2-2: Barrio Restrepo zonificación de usos.	85
Figura 2-3: Serie de fotografías del acceso al almacén ‘Calzado Yara Aristizábal’	86
Figura 3-1: Ingreso al Reservado	115
Figura 3-2: Representación en Planta del segundo y tercer nivel.....	116
Figura 3-3: Serie de Fotografías de algunos Zapatos Drag Queen ‘Calzado Yara Aristizábal’	123
Figura 3-4: Serie de Fotografías del interior almacén ‘Calzado Yara Aristizábal’	123
Figura 3-5: Yara Aristizábal y los Hormarios del tercer nivel.	124
Figura 3-6: Espacio de Trabajo de Don José en el tercer nivel y Don José en su puesto de trabajo.....	125
Figura 3-7: Principales curtiembres barrio San Benito y su relación barrio Restrepo - insumos	133
Figura 4-1: Don José y su espacio de trabajo.	140
Figura 4-2: Superficie de trabajo de Don José.	141
Figura 4-3: Corporalidad del zapatero.....	150
Figura 4-4: Huellas en las manos de Don José.....	152
Figura 4-5: Cuadro relacional Don José y sus herramientas.....	154
Figura 4-6: Martillo de doblar.	155
Figura 4-7: Gesto de doblez.....	155
Figura 4-8: Juego de repujadores – punzones y actividad de perforado.	155
Figura 4-9: Plancha de Golpeo.	156
Figura 4-10: Superficie EVA de Golpeo.....	156
Figura 4-11: Otras superficies de trabajo y acción del desbastado.....	156
Figura 4-12: Explicación del desbastado.....	157
Figura 4-13: Explicación del Rebajado del filo del cuero.	157
Figura 4-14: Otras herramientas.	157
Figura 4-15: Pegamento Químico.	158
Figura 4-16: Pegado del Cuero.	158
Figura 4-17: La mina de Plata y su uso.....	158
Figura 4-18: Herramientas de Corte.....	159
Figura 4-19: Orden de Trabajo.....	159
Figura 4-20: Horma de Zapato ajustada al pie del usuario.	160
Figura 4-21: Imágenes entregadas como referencia.	161
Figura 4-22: Guías de Referencia en Cartón Kraft y Cartulina.	161
Figura 4-23: Guías de Referencia y transito con Entretela y Cuero.....	162
Figura 4-24: Trabajo finalizado de Don José.....	163
Figura 4-25: Gesto de Uso en las manos de Don José.	163
Figura 4-26: Gestos de Uso detallado en las manos de Don José.	164
Figura 4-27: Explicación de la herramienta de Corte.....	164

Figura 4-28: La herramienta de Corte.....	165
Figura 4-29: La herramienta de Corte.....	165
Figura 4-30: Afilado de la herramienta de Corte.	166
Figura 4-31: Muestra de Corte de la herramienta.	166
Figura 4-32: Las tijeras.....	167
Figura 4-33: Las tijeras y la explicación de afilado y uso.	167
Figura 4-34: Don José y la explicación del cambre o refuerzo.....	168
Figura 4-35: El material Cambre o refuerzo.....	169
Figura 4-36: Explicación del trazado.....	176
Figura 4-37: Explicación de trazado.	177
Figura 4-38: Explicación de trazado.	177
Figura 4-39: Explicación de trazado.	177
Figura 5-1: <i>Drag-Sethlas</i>	189
Figura 5-2: Zaza-Drag.	193
Figura 5-3: Zapatos Drag Queen Yara Aristizábal.	202
Figura 5-4: Zapatos Drag Queen Yara Aristizábal.	204
Figura 6-1: Desarrollos conceptuales de algunos zapatos para mujer.....	213
Figura 6-2: Propuesta de Zapato femenino de ATTaLai ZiTa (Dragón)	213
Figura 6-3: Propuesta de zapatos 'artísticos'	214
Figura 6-4: Zapatos Drag Queen con forma de 'casco de caballo'	216
Figura 6-5: Zapatos de Zaza-Drag que evocan un fauno.....	217
Figura 6-6: Despiece técnico de un zapato para hombre.....	218
Figura 6-7: Don Jorge explicando la complejidad de un tacón.....	219
Figura 6-8: Ejemplo de tacón corrido, mostrado por Don Jorge.....	222
Figura 6-9: Ejemplo de Plataformas con dos apoyos.....	222
Figura 6-10: Zapato Tacón virtual.....	223
Figura 6-11: Detalle de la plataforma virtual de Zaza-Drag.....	223
Figura 6-12: Zapatos tipo 'Celia Cruz'	224
Figura 6-13: Ilustraciones de constitución músculo - esquelética del pie y la pierna.....	225
Figura 6-14: Radiografía de comportamiento físico - estructural de pie y pierna.....	225
Figura 6-15: Diversidad de huellas plantares.....	226
Figura 6-16: Don Jorge explica cómo van los tornillos de unión.	227
Figura 6-17: Cambrión y detalle de unión con tornillos.	227
Figura 7-1: Red de actores calzado Yara Aristizábal.	240

Introducción

Por más de cuarenta años, en el barrio Restrepo al sur de Bogotá, una micro pequeña organización productiva – MiPyme, denominada inicialmente Calzado Jhorbam y luego Calzado Yara Aristizábal se ha mantenido en el mercado, esta situación contrasta con los indicadores de la Cámara de Comercio de Bogotá cuando refiere que poco más de tres de cuatro emprendimientos que se inician no alcanzan a llegar al primer año de vida. La sostenibilidad por tanto tiempo de la MiPyme analizada, está ligada a cierto tipo de éxito ya que ha logrado consolidarse como “*constructo socialmente creativo*” a partir del juego de diversas racionalidades prácticas con el ejercicio de construcción colectiva, determinada en novedosas articulaciones. Se trata de reconocer la naturaleza del éxito de la MiPyme como organización productiva, pero al mismo tiempo, reconocer la vitalidad de cada uno sus actores. Hablo de lo vital, en términos referidos por el profesor Orlando Fals Borda en el prólogo del libro *la invención del tercer mundo* de Escobar (2007: 9) “porque en ello se juegan la autonomía, la personalidad y la cultura, las bases productivas y la visión del mundo que nos han dado el hálito de vida como seres humanos y pueblos dignos de respeto y de un mejor futuro”. La vitalidad se manifiesta en las diversas jugadas estratégicas que constituyen una *diferencia cultural* “no como fuerza estática sino transformadora y en la valoración de necesidades y oportunidades económicas en términos que no son estrictamente los de la ganancia y el mercado”. (11). Hacer emprendimiento es muy difícil en Colombia, casi siempre existen una cantidad de recomendaciones o formulaciones de parte de aquellos que se consideran “expertos” en el tema; la dificultad es que los doctos, en muchos casos no asumen una verdadera “responsabilidad social con la gente de carne y hueso. Que las palabras vayan con los hechos; que la teoría se articule en la práctica de manera simultánea y urgente”. (12). Sin embargo, día a día se siguen estructurando más emprendimientos, muchos de ellos sin atender las “recomendaciones” de los expertos, aunque muchos de ellos no prosperan otros subsisten y lo hacen de manera exitosa.

El presente estudio narra el surgimiento y afianzamiento de la creatividad situada como construcción social de conocimiento creativo desde una MiPyme, no desde los centros de diseño, institutos, laboratorios o universidades. Con el fin de encarnar la creatividad, el estudio se plantea no desde la mirada de lo exótico, más bien desde los encuentros cotidianos de diversas representaciones interactuantes en una red, en este sentido la

creatividad puede ser vista como un *régimen de representación*, en los términos referidos por Escobar (2007: 31) “pueden analizarse como lugares de encuentro en los cuales las identidades se construyen, pero donde también se origina, simboliza”. Como representación que desde sus inicios modela toda posible concepción de la realidad y la acción sociocultural de la MiPyme analizada. El estudio analiza el papel de quienes constituyeron la MiPyme inicialmente y como se fue transformando, como actores en red socio-creativa y se detiene a examinar en detalle las estrategias de negociación y desarrollo de: vendedoras - impulsadoras, del productor de planta y los satélites, pero sobre todo la Drag Queen y sus zapatos.

Es así como, una de las primeras tareas a las que me enfrente como investigador de la creatividad, tiene que ver un encargo de mi directora de tesis de doctorado la profesora – socióloga Olga Restrepo, en cuanto a “desinflar el concepto”, debido principalmente a la abundancia de literatura que se ha escrito y se escribe sobre creatividad. Se han desarrollado cualquier cantidad de explicaciones, muchas veces contradictorias, a tal punto que su abordaje no es sencillo, debido a que los discursos son polisémicos y densamente estratificados o tan epidérmicos que se escurren entre los dedos, su abordaje es un proceso complejo con múltiples centros de gravitación. Luego de adelantar la ardua tarea de consolidar el *estado del arte* de la investigación comprendí que, casi siempre, dichos centros de gravitación se constituyen a partir de considerar lo creativo como capacidad asociada a la genialidad de una persona a la hora de resolver algún problema, los marcos de comprensión derivados desde la psicología y otras disciplinas terminan de consolidar lo que “oficialmente” constituye el paradigma de lo que se considera creativo. En esta investigación la perspectiva de lo creativo no se va a referir únicamente a las capacidades de ciertos individuos de develar verdades ocultas, reflejará también que en un ambiente y objeto - producto señalado, se tejen una serie de relaciones, se potencian negociaciones en torno a la identidad de productores y usuarios, que involucran ciertos grados de inclusión en una red de diversos actores. A partir de una mirada ampliada en el campo social, cultural, político y tecnológico se puedan comprender las lógicas de construcción de *conocimiento* y *hechos creativos*. El trabajo no persigue perpetuar los diversos discursos “oficiales” sobre la creatividad, más bien, es una invitación a reflexionar sobre la creatividad por fuera de los circuitos académicos, científicos entre otros, por fuera de los paradigmas y proyectos institucionales para dar respuesta a la inquietud ¿de qué manera se construye socialmente el conocimiento creativo en una MiPyme? De esta

manera, comprender como diversos actores construyen y negocian sentido creativo frente a los diversos problemas a los que se enfrentan en su cotidianidad. Esto implicó “situar” la creatividad, consolidando una propuesta investigativa en donde fue posible abordar la creatividad como problema de conocimiento, en el marco del Doctorado en Ingeniería: Industria y Organizaciones, programa de la Facultad de Ingeniería - sede Bogotá, de la Universidad Nacional de Colombia, investigación que se inscribe en el área: “Investigación en epistemología de las organizaciones, la hermenéutica de la gestión y el pensamiento empresarial de la industria y las organizaciones productivas”, y en la línea de investigación “sistemas y gestión de la tecnología, la información, el conocimiento y la innovación tecnológica en la industria y las organizaciones. El carácter de situado se revela cuando enfocamos la atención en una red socio – creativa en exclusiva, cuando localizamos socialmente: conocimiento, hechos, identidad y estilo en una organización en particular, podremos hablar de “creatividad situada”. Por medio de la comprensión de las dinámicas de la construcción social de conocimiento creativo, podemos recrear no solamente nuevas realidades, sino en palabras de Fleck (1986: 145), nuevos “estilos de pensamiento”. Ese estilo de pensamiento característico de la organización, pero también del trabajo en torno de la construcción de la identidad, de sus procesos de inclusión o de coproducción de los productos en una red de negociaciones determinada. El eje de trabajo del estudio fue la caracterización de la red de actores en torno a los zapatos Drag Queen y la identificación de aquellos descriptores diferenciados de análisis, que sirven para la comprensión del carácter de lo performativo de un drag en particular, de un conjunto de vendedoras – impulsadoras, de unos productores. Fue necesario situarse en una MiPyme en particular, del sector del cuero, el calzado y la marroquinería, que producen zapatos Drag Queen, ubicada en el barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá, que podríamos denominar como relevante, ya que, a pesar de tanta inestabilidad, de tanta crisis (no liquidez económica, contrabando, normatividad, competencia desleal, etc.), se mantienen desde hace mucho tiempo vigentes, casi por una generación completa.

La perspectiva social posibilita trascender la versión tradicional y determinística, pero a la vez escurridiza de la creatividad; de tal manera que comprenderla desde la construcción social del conocimiento creativo, posibilita la deconstrucción de versiones lineales y simplistas, además de asumir el reto de abrir la caja negra de la creatividad como lo plantea Woolgar (1991); para descubrir primeramente, que en su interior se presentan dinámicas que deben ser estudiadas porque están ligadas a procesos sociales, además para

comprenderla en términos de configuración, identidad, y performatividad, también para comprender la coproducción de los zapatos como resultado de procesos de negociación, y de interpretaciones entre diversos actores de la red. De tal manera que la creatividad en 'situación social' develará, aquellos aspectos que favorecen la construcción social de conocimiento creativo, a partir de la identidad y la coproducción de un producto claramente definido, como son los zapatos Drag Queen al interior de una MiPyme. Este trabajo propone que mediante un estudio de caso detallado se comprendan aquellos aspectos que inciden en el diseño y coproducción de los zapatos Drag Queen. Además, se pueda 'reparar' en la identidad negociada de los actores y sus diversos grados de inclusión, entender de qué manera el producto- zapatos Drag Queen - se *coproduce* entre los mismos actores, al tiempo que configura identidades y cómo estos dos aspectos (identidad y coproducción) redundan en la construcción social de conocimiento creativo.

Se aborda la creatividad a partir de diversos umbrales, que son emprendidos desde la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología. Como umbral se comprende en este trabajo, aquellos primeros y principales pasos o decisiones para abordar algo¹. Un primer umbral refiere a Gieryn (1983), y su análisis del proceso de *demarcación*, parafraseándolo en términos de la creatividad: el análisis del proceso de demarcación de la creatividad como procesos retóricos y no como procesos de descubrimiento de esencias de la creatividad y sus fronteras. Así la demarcación de la creatividad se puede entender más como una actuación política situada y no como parte de definiciones filosóficas o conceptuales abstractas. Un segundo umbral de abordaje deviene de la socióloga y profesora Olga Restrepo, cuando discute la necesidad de abordar la '*creatividad de manera situada*' y de promover tal proceso en su "estructura de red socio – técnica, en su dinámica de coproducción conocimiento – sociedad". Este abordaje está sobre la línea de trabajo de Knorr – Cetina (2005: 11) cuando se aprende a partir de los estudios de laboratorio sobre el carácter 'situado' del conocimiento, ello puede ser aplicado a cuestiones más amplias sobre la localización de la experiencia social en sitios múltiples y variados. De tal manera que primero el laboratorio como excusa, puede ayudar a comprender varios tópicos implicados en lo que se ha llamado la 'situación y

¹ URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=umbral.o> Consultado: 2016 – 05 - 24

localización' de la creatividad. Un tercer umbral requiere del *proceso de desacralización* planteado por Knorr Cetina (2005). Parafraseando a Knorr Cetina, para iniciar el proceso de desacralización de la creatividad se abordará el *taller* del productor o su ámbito de trabajo como lugar 'ordinario', se constituirá una metodología para su estudio 'mientras se hace', se constituirá el concepto de *negociación* de sentidos y objetos, además se mantendrá un carácter localmente situado de cada una de las prácticas identificadas entre los actores.

El documento está estructurado en capítulos que dan cuenta del desarrollo investigativo de la tesis, así las cosas, en un primer capítulo, se aborda la creatividad como objeto de conocimiento, esto implica entrar a caracterizar como estado del arte diferentes creatividades, para luego reflexionar en torno a mi naturaleza de investigador e identificar algunas acciones propias de la naturaleza de las relaciones que puedo establecer cuando estudio la creatividad, para rematar con dos reflexiones en cuanto a la validación o legitimación y las limitaciones del estudio. Un segundo capítulo, que plantea la importancia de las crisis en la creatividad, se consolida a partir del trabajo etnográfico con Doña Teresa Hurtado y en parte su hija Yara Aristizábal, en torno a todas las dificultades iniciales que tuvieron que superar para instalarse como comerciantes inicialmente y luego como productores de zapatos en el barrio Restrepo, al tiempo que se detalla las diversas crisis sufridas y como se constituyen en "situación de borde" creativamente hablando. Un tercer capítulo, que detalla las "jugadas creativas" de Yara Aristizábal en la cotidianidad de su pequeña organización productiva, al tiempo que explicita como se hacen las traducciones respectivas para que lo creativo sea funcional o práctico, por estas razones el capítulo se denomina "Dispositivación creativa", esto implicó reflexionar y abordar la innovación como eje de trabajo y a partir de las reflexiones de Schumpeter caracterizar los valores de competitividad de la organización productiva analizada. Un cuarto capítulo, que concentra su atención en lo creativo entre el oficio y la maestría, del trabajo del productor Don José, se detalla el oficio a partir del gusto, de la responsabilidad y de la autoridad además de la reflexión del tránsito del oficio a la maestría. El capítulo quinto, detalla el carácter drag a partir de la naturaleza de su mundo y su condición humana de Zaza-Drag, reflexiones en torno a lo público y lo privado y las diversas maneras que "ella" utiliza para llamar la atención a partir de lo "sencillo pero exagerado" y la manera cómo se traduce en que los zapatos Drag Queen evoquen, provoquen y convoquen. El capítulo seis, da cuenta en

resolver qué quieren ser y qué pueden ser los zapatos Drag Queen. En el último capítulo, se discute sobre el carácter de la creatividad situada.

Justificación

Esta no es una investigación sobre creatividad. Es sobre creatividad situada. Sobre creatividad mucho se ha escrito y se sigue escribiendo. Desde cualquier orilla se habla de creatividad. Se han desarrollado cualquier cantidad de explicaciones, muchas veces contradictorias, a tal punto que su abordaje no es sencillo, debido a que los discursos son difusos y polisémicos, densamente estratificados, abstractos o tan epidérmicos que se escurren entre los dedos. Un abordaje cuyo proceso es complejo: con múltiples centros de gravitación y probablemente con una progresión no – lineal. Para prevenir esta dificultad el abordaje investigativo “sitúa” la creatividad. Cuando se enfoca la atención en una red socio – creativa en exclusiva, cuando se localiza socialmente: conocimiento, hechos, diseño e identidad en una organización en particular, podremos hablar de “creatividad situada”, esto beneficiará la comprensión de aquellos aspectos que inciden en la construcción del conocimiento creativo al interior de alguna MiPyme.

Por medio de la comprensión de las dinámicas de la construcción social de conocimiento creativo, podemos recrear no solamente nuevas realidades. También y acorde a como lo discute Bravo, (2012: 548) se podrá “realizar el seguimiento que evidencie la introducción de nuevos o significativamente mejorados productos”. El eje de trabajo del estudio serán los zapatos Drag Queen y la identificación de aquellos descriptores diferenciadores de análisis, que servirán para la comprensión del carácter de las ventajas competitivas de las micro y pequeñas organizaciones, en el proceso de construcción social del conocimiento creativo en al menos una MiPyme.

El estudio no centra su interés en la innovación, pero a pesar de esta aclaración muchos de los aspectos identificados, descritos tendrán de una manera u otra que ver con innovación; la innovación está latente, en este documento -sobre todo en el capítulo tres-. Como jugada construida a partir de una estrategia de trabajo, se aborda lo fundacional de la innovación, esto es, la creatividad como construcción social de conocimiento creativo, en una MiPyme, este abordaje desde la construcción social favorecerá la comprensión de los procesos que marcan las ventajas competitivas en las MiPymes. Nonaka & Takeuchi (1999: 4) relacionan inextricablemente, “creación de conocimiento e innovación continúa

como generadores de ventajas competitivas, al interior de la organización”, de igual manera como se expresan desde la Cámara de Comercio de Bogotá

Fortalecer la competitividad de la organización vía el empoderamiento de la cultura de la construcción de conocimiento creativo al interior de las MiPymes, favorecerían de manera directa los procesos de innovación y marcarían ventajas competitivas de las MiPymes, no solamente frente a otras del mercado local, nacional sino del internacional. Camara de Comercio de Bogotá (2006: 45).

Se espera que el estudio de caso detallado derive en la construcción de descriptores y el trazado de sus conexiones potenciales, fortaleciendo redes temáticas de estudio que favorezcan la consolidación de repertorios analíticos de orden exploratorio, descriptivo, interpretativo, y explicativo en torno de las características del proceso de construcción social de conocimiento creativo en estas organizaciones, de ésta manera se podrá determinar cuáles son los aspectos que hacen, o marcan la diferencia para que la micro y pequeña organización productiva analizada, de la cadena del Cuero Calzado y la Marroquinería que diseña y desarrolla zapatos Drag Queen, ha logrado sostenerse en un ambiente de mercado tan competitivo. Las conclusiones derivadas del estudio servirán como referente de análisis, guía de acción, y de mejoramiento competitivo, tanto presente como futuro de otras organizaciones, no solamente MiPymes sino también otras organizaciones productivas.

Problemática

¿Solamente en las universidades, institutos, centros de cálculo o las grandes organizaciones productivas se produce conocimiento creativo? Es una inquietud que orientó inicialmente esta investigación, además que sirvió para reconocer cómo solucionan creativamente los problemas o las situaciones críticas en otros contextos: esta es la razón por la cual se propone un estudio de caso detallado, que, como punto de partida, permita develar por qué a pesar de tanta dificultad, de tanta inestabilidad algunas MiPymes y más específicamente aquellas que producen zapatos con identidad, han logrado sostenerse y de alguna manera, se han mantenido algunas de ellas hasta por generaciones. La idea del mantenerse se asocia cierto tipo de éxito y con ese valor agregado o factor diferencial que caracteriza cada organización; de tal manera que el estudio facilitará el reconocimiento y la comprensión de aquellos aspectos asociados al valor agregado o factor diferencial relacionado con las dinámicas de construcción de conocimiento creativo, que favorecen la

consolidación de la identidad negociada, la configuración y la coproducción del producto Zapatos Drag Queen.

Como descripción del problema a investigar, el proceso de construcción de conocimiento creativo es un tema bastante estudiado al interior de las grandes organizaciones. Se han llevado a cabo revisiones, se han propuesto modelos, pensando siempre en brindar alternativas que sirvan de referencia para que cada una de las organizaciones marquen diferencia con otras, pero siempre desde la perspectiva del abordaje de tipo “ético”. Tomemos como ejemplo el trabajo de Nonaka y Takeuchi (1999), sobre la naturaleza del conocimiento en grandes empresas japonesas, y su incidencia en la construcción, transmisión y circulación de nuevo conocimiento al interior de las organizaciones. “El manejo del conocimiento creativo se convierte así en un valor agregado, el cual es necesario trabajar”. La dificultad se manifiesta ya que hay pocos estudios que vinculen la creatividad situada como conocimiento creativo en las micro y pequeñas organizaciones (MiPymes), sobre todo, en la cadena del cuero, calzado y la marroquinería, de un estudio adelantado por la Universidad del Rosario (2013), se determinó que “para 2011 – 2012, poco más del 98 % son micro y pequeñas industrias. Un 38 % de las empresas del sector está localizado en la ciudad de Bogotá. Sumando la totalidad de la producción de las industrias colombianas únicamente cubren el 46 % de la demanda nacional”. Para el caso colombiano las MiPymes son el eje de la producción, en palabras de Cardona Acevedo (2006: 78) “las MiPymes conforman hoy la estructura productiva predominante por las formas de contratación, la capacidad productiva y los requerimientos tecnológicos, al ser proveedoras, productoras y comercializadoras articuladas a la gran empresa”. De otra parte, continúa Cardona en Colombia, “las MiPymes representan el 92,2 % de los establecimientos industriales, generan 33 % del valor total agregado, el 30,9 % de la inversión neta, el 44,9 % del consumo industrial y el 33,3 % de las exportaciones no tradicionales”. A pesar de la importancia de las MiPymes en el contexto colombiano, Cardona Acevedo (2006: 78) citando a Bessan señala cómo “las MiPymes soportan desventajas al tratar de innovar, especialmente por falta de factores en los procesos de producción”. Pero, a pesar de las políticas, de los programas de apoyo, muchas veces están desamparadas, y con intensas presiones, que se permean en términos de diseño y desarrollo de sus productos, lo cual lleva a abandonar cualquier tipo de planificación estratégica de nuevos productos.

Esta situación hace pensar que algunas MiPymes del sector del cuero, el calzado y la marroquinería, que producen zapatos Drag Queen, pueden ser objeto de investigación muy interesante, ya que, a pesar de tanta inestabilidad, de tanta crisis (iliquidez económica, contrabando, normatividad, competencia desleal, etc.), se mantienen desde hace mucho tiempo, casi por una generación completa. Han abierto camino, en un nicho específico y se han mantenido a partir del diseño constante y desarrollo de un producto especializado. En esto reside el interés de este trabajo, que procura identificar aquellos aspectos o dinámicas que favorecen el diseño y desarrollo de la construcción de conocimiento creativo, al tiempo que posibilitan la negociación de identidades, en un fenómeno interesante de coproducción entre los productos y diversos actores, que se involucran en las micro - pequeñas organizaciones productivas, en la ciudad de Bogotá.

Así las cosas, y tomando como eje los zapatos coproducidos en una MiPyme como el responsable de la sostenibilidad de dicha organización, se requiere determinar cuáles son los aspectos o dinámicas que favorecen el desarrollo y fortalecimiento situado del umbral de la creatividad, en términos de construcción social de conocimiento creativo, a partir de la identidad negociada, entre los diversos actores, en la configuración de los zapatos Drag Queen. Serán, por tanto, los zapatos, un eje unificador de los repertorios analíticos de orden exploratorio, descriptivo, interpretativo, y explicativo, los cuales permiten abordar tal proceso en su estructura de red socio – técnica, en su dinámica de coproducción. De tal forma que el enunciado en términos de pregunta será:

¿Cómo por medio de un estudio de caso detallado, de la ‘creatividad situada’ se pueden determinar aquellos aspectos que favorecen la configuración y desarrollo de los Zapatos Drag Queen, en unas microempresas, en la ciudad de Bogotá, de tal manera que quede explícito el proceso de coproducción entre los diversos actores, sentidos y objetos, para constituir la identidad del producto, sus productores y usuarios?

Objetivos

General

Realizar un estudio de caso detallado, que permita comprender la creatividad como una cualidad situada y localizada a la hora de configurar un producto, a partir de la reconstrucción de la identidad. Sin descuidar en tal proceso su incidencia en las dinámicas

de construcción social de conocimiento creativo, en algunas pequeñas organizaciones productivas, en la ciudad de Bogotá.

Específicos

- Estructurar un estudio de caso de algunas pequeñas y exitosas MiPymes, en la producción de Zapatos Drag Queen, del sector del cuero calzado y marroquinería en la ciudad de Bogotá.
- Analizar los micro procesos de las negociaciones de las identidades, entre *pequeño industrial* (productor) y *usuarios* en el proceso de diseño de los Zapatos Drag Queen.
- Determinar de qué manera la *identidad* se coproduce en esta relación de modo que llega a permear la configuración del producto Zapatos Drag Queen.
- Explorar cómo el *producto* Zapatos Drag Queen, posibilita una trama de conexiones particulares al interior de la pequeña organización productiva.
- Estudiar cómo el *ambiente* de la organización es determinante en la dinámica de construcción social de conocimiento creativo.
- Proponer posibilidades, a partir del estudio de caso detallado, para pensar nuevas políticas para el desarrollo de las MiPymes, que valoren sus posibilidades de creación de conocimiento y competitividad.

Metodología

¿De qué manera compendiar poco más de cinco años de trabajo investigativo? Cuando presente mi propuesta de investigación de ingreso al Doctorado ni siquiera había considerado reflexionar acerca del carácter metodológico de la propuesta. Luego como estudiante del Doctorado y gracias a los *seminarios de investigación*, pero, sobre todo, a los aportes y direccionamientos de la directora de tesis la profesora – socióloga, Olga Restrepo se consolidó un abordaje metodológico a partir de un *estudio de caso detallado* y de un trabajo *etnográfico*, de tal manera que procuré favorecer el trabajo gracias a dos referentes: Hammersley (1994) y Guber (2001). Así, se construyó la metodología del proyecto de tesis, en dónde se apelaba al apoyo de métodos cualitativos de tipo longitudinal. El abordaje investigativo tuvo momentos de trabajo exploratorio, descriptivo, interpretativo, y explicativo se esperaba que la comprensión de la situación al interior de la

MiPyme terminara de complementarse de manera empírica, de tal manera que el trabajo se consolidó como un *estudio de caso detallado con base etnografía*. El estudio no tuvo un enfoque histórico, ni filosófico sino dependiente de los diversos repertorios construidos a partir del estudio de caso. Lo empírico de la etnografía, condicionó que no se pudieran anticipar todos los aspectos, que se aceptara de entrada que existen algunos grados de incertidumbre, sobre los cuales el mismo proceso etnográfico arrojó luz. En cuanto al carácter de la etnografía constituía sentido inicialmente con Hammersley (1994: 15) “la etnografía es la forma más básica de la investigación social, es ‘observación participante’”. El etnógrafo, participa, abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de las personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas; o sea, recogiendo todo tipo de datos accesibles para poder arrojar luz sobre los temas que él o ella han elegido estudiar”. Al tiempo que Guber (2001: 16) la considera como “un método abierto de investigación en terreno donde caben las encuestas, las técnicas no directivas – fundamentalmente, la observación participante y las entrevistas no dirigidas – y la residencia prolongada con los sujetos de estudio, la etnografía es el conjunto de actividades que suele designar como ‘trabajo de campo’, y cuyo resultado se emplea como evidencia para la descripción”. Siguiendo a Guber (2001: 45), “los actores no siguen reglas, las actualizan y al hacerlo interpretan la realidad social y crean contextos en los cuales los hechos cobran sentido”. Lo que tenía sentido en ese momento era que para la estructuración del estudio de caso detallado con base en una etnografía no iba a existir la linealidad de los pasos propuestos (exploratorio, descriptivo, interpretativo, y explicativo), tenía claro que la aproximación empírica (vía la etnografía) favorecería la no linealidad de dichas fases; más bien posibilitaría que se pudieran suceder dos o tres fases al mismo tiempo, o que se encuentre una más importante que las demás, esto lo diría el estudio del discurso y las dinámicas de trabajo, de cada una de las situaciones que favorecen la comprensión de la identidad negociada por los actores, los grados de inclusión, además de la coproducción de los Zapatos Drag Queen, y por ende de la construcción social de conocimiento creativo al interior de alguna micro - pequeña organización (MiPyme). Este fue el avance, luego de poco más de dos años de trabajo investigativo, era lo que reflexionaba desde la orilla, ya que no había iniciado el trabajo de campo. Luego de iniciar el trabajo etnográfico cobró sentido que la metodología prevista, necesariamente debía ser nuevamente pensada y seguramente ajustada. Parafraseando a Delclós (2019), en un comienzo no tenía claro que no se podían hacer cosas nuevas si me limitaba a copiar de los autores o de sus escritos, por eso me fui a copiar la vida. Más

que una vida idealizada o enmarcada en una perspectiva académica, me interesaba comprender las diversas maneras como los integrantes de una red asumían la construcción social del conocimiento creativo. Así las cosas, compartí la cotidianidad de muchos de los actores procurando comprender las diversas maneras cómo experimentaban la creatividad a partir de su práctica, la naturaleza de sus mundos, su condición humana y la forma de los objetos de los que se rodean.

Desde el carácter de la situación creativa requiero, entonces, de una teoría de la creación del conocimiento, escalada al interior de al menos una micro - pequeña organización productiva – MiPyme. Como punto de vista inicial de aproximación al conocimiento presté atención a la naturaleza de las relaciones entre quien está realizando el estudio y el carácter de la creatividad pero situada, para lo cual se definieron **acciones** que caracterizarían los hallazgos y decisiones derivadas del estudio, de ésta manera se consolidó sentido entorno a: la creatividad como conocimiento, los procesos de demarcación, la contingencia del conocimiento creativo, el conocimiento creativo como constructo social, la importancia de las redes y los procesos de negociación entre los diversos actores que la constituyen, además las diversas movilizaciones y transformaciones de los intereses de los individuos, de sus historias personales hasta la constitución de identidades tanto individuales como colectivas. El otro aspecto que me interesaba dilucidar era la manera como se constituyó la creación social de conocimiento creativo en una organización tipo MiPyme, como algo opuesto a la creación de conocimiento individual. Este abordaje implicó la identificación de ciertos sustratos que cada uno de los actores de manera individual, grupal, organizacional, interorganizacional debía recorrer. Pensar la creación de conocimiento como sustratos, permitió la comprensión de las dinámicas que se suceden, además de atender las maneras como cada actor las experimenta, sin descuidar los mecanismos con los cuales el conocimiento individual es enunciado y amplificado hacía y a través de la MiPyme.

Se puede indicar que es un estudio que integra acorde a las fases o sustratos abordados enfoque de tipo émico o ético, en línea propuesta por Taylor y Bogdan (1987) quienes consolidan la construcción del abordaje a partir de un enfoque de primer orden o **émico** primordialmente, sin descartar que, en algunos aspectos de tipo reflexivo, analítico o crítico, el uso del enfoque **ético** (segundo orden), soportado en fuentes bibliográficas.

“De acuerdo con el enfoque émico, la conducta social debe examinarse en los términos de las Categorías de significados (conceptos, tipologías, etcétera) de las personas que se estudian. Estas

categorías de significados son conceptos de primer orden. En el enfoque ético, los investigadores aplican sus propios conceptos para entender la conducta social de las personas en estudio. Estos se denominan conceptos de segundo orden. puesto que se trata de "constructos de los constructos elaborados por los lores de la escena social" (Schütz, 1962, pág. 6) (...) Como nuestro examen lo indica, ambos enfoques pueden emplearse en un estudio único". (Taylor y Bogdan 1987, 162).

Abordar de manera émica y ética la investigación nos adentra en una especie de ensamblado metodológico, dependiente del contexto y de la naturaleza de las relaciones. El ensamblado es un proceso de fabricación, de instrucción los límites necesarios entre lo público y lo privado, entre la 'presencia', la 'ausencia manifiesta' y la alteridad (cambio de perspectiva por la del otro). Para Law (2014: 16), un "ensamblaje es generativo y performativo, produce presencia y ausencia, se consolidan algunos aspectos para la fabricación de las relaciones en: aquello que está presente (una representación o un objeto); cualquier cosa que esté ausente, pero se manifiesta (puede ser vista o descrita); todo aquello que está ausente, pero constituye una alteridad". Law (2006), discute la ruptura de la reconstrucción lógica lineal de los mapas, mediante el uso de elementos no – coherentes, la introducción en un mismo plano de una serie de diferentes materiales, entrevistas, análisis de negociación, fragmentos identidad, como de relatos, gráficos, fotografías, etc., sin incorporar un sistema de coordenadas preestablecidas para su posterior organización. Plantea una especie de descentramiento, que puede permitir una oscilación entre la singularidad –percibida por el sentido común y reforzada por los relatos coherentes- y la multiplicidad de los sujetos y objetos reconstruida por el análisis.

Abordar metodológicamente el conocimiento creativo implicó reconocer al detalle, la naturaleza de las relaciones que se negocian al interior de la red socio creativa. En el proceso me encontré con Foucault (1999: 147) quien discute una estructura de abordaje histórico marxista "a partir de un proceso de la realidad histórica que el propio Marx permitió pensar, ya que él estableció un determinado número de planos, un determinado número de mecanismos y modos de funcionamiento". Como tal procuré deconstruir comprensivamente la red, lo que implicó su comprensión en **planos de discusión** constitutivos e interactuantes entre sí, los planos fundacionales para esta investigación son: Identidad / Retóricas / Negociación / Creatividad / Organización. La manera en que dicho planos son interactuantes entre sí se realizó por medio de ciertos **mecanismos**, tres fueron los mecanismos: Reversión / Autenticidad / Astucias. Por último, se plantearon ciertos **modos** de funcionamiento o de aplicación a partir de la constitución de un conjunto de recomendaciones.

Actividades por desarrollar

Fase Exploratoria

- Referenciación de la mayor cantidad de información (bases de datos, paper, libros, entre otros), desde la perspectiva de los Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, los estudios sobre Organización y los estudios en Diseño que contribuyan a la consolidación de marcos exploratorios entorno a la comprensión de: Identidad / Repertorios / Negociaciones / Creatividad / Organización.
- Revisión exhaustiva de todo aquel contenido relacionado con Zapatos Drag Queen, entre lo que destacamos, primeramente:
 - Revisión detallada del video “Los tacones soñados” de Señal Colombia (2013) del programa, del canal institucional Señal Colombia: “Que el mundo lo sepa”.
 - Revisión detallada de la película del 2006 ‘Kinky Boots’.
 - Revisión detallada del museo virtual del zapato ‘Virtual Shoes Museum’ con url: <http://www.virtualshoemuseum.com/>.
 - Revisión del catálogo: SHOEtting Stars / Der Schuh in Kunst und Design / KUNST HAUS WIEN / 18 Juni – 5 Oktober 2014.

Fase Descriptiva

- Aplicación de *entrevistas* y acompañamiento, en el marco del trabajo etnográfico, que busca identificar y caracterizar a cada uno de los actores involucrados en la toma de decisiones y el desarrollo del producto.
 - Registrar las evoluciones, transformaciones de la MiPyme frente a las disímiles condiciones del entorno.
 - Constituir una red socio tecnológica y luego traducirla en términos de una red socio creativa.
- Explorar aquellos procesos o dinámicas del diseño y desarrollo del producto Zapatos Drag Queen, además de la identificación de factores externos que inciden directamente en su configuración. (contrabando, crisis, capacidad instalada, tiempos de ejecución, entre otros)
 - Develar la importancia de la relación productor – usuario, en la toma de decisiones que refieran al diseño del producto.

- Identificar la naturaleza del productor y al menos algún cliente Drag, sus maneras de abordar las situaciones de la vida y las maneras de resolverla.
- Develar aquellos aspectos del ambiente de trabajo, que son significativos para dinamizar la construcción del conocimiento creativo al interior de la pequeña organización.
- Pesquisa, realizar la búsqueda y seguimiento de los *documentos* de la organización.

Fase Interpretativa

- Desde las relaciones denotadas entre identidad y retóricas del productor, clientes Drag, ambiente, producto, normatividad. A partir de los datos tanto de las entrevistas y de la etnografía, junto a las reflexiones y con la fundamentación de algunos documentos se consolidará un marco interpretativo, aspecto significativo en la caracterización de las dinámicas de la construcción de conocimiento creativo al interior de la pequeña organización.
- Desde las relaciones: organización, creación - innovación, el diseño y la construcción de conocimiento. Es decir, desde estas relaciones y configuraciones presentadas, por parte de la creatividad y el conocimiento y los diversos actores de la MiPyme. De ese modo, a través de los *repertorios* empleados por los actores llegar al proyecto de estructuración comprensiva de orden social, y de ese modo al proyecto construcción social de conocimiento creativo en la organización.

Fase Explicativa

- Construcción de las retóricas que den cuenta de los *Umbrales de la Creatividad*, en términos de *representación* de aquellos aspectos que inciden en la determinación negociada por parte de los actores, de la identidad, la coproducción y la performatividad; con el producto Zapatos Drag Queen, en alguna micro - pequeña organización productiva (MiPyme). Dando cuenta al interior de la organización de los productores, los usuarios, el ambiente, la normatividad y de su incidencia en los procesos de construcción social del conocimiento creativo.
- Constitución de un conjunto de recomendaciones pertinentes a diferentes sectores de impacto.

Consideraciones Éticas

Las únicas relevantes tienen que ver con contar con la autorización de los diversos actores observados y/o entrevistados, en el marco del desarrollo del estudio de caso, para usar sus respuestas en la construcción comprensiva de la red socio técnica - creativa, del proceso de construcción de conocimiento creativo en una MiPyme.

Sectores de Impacto

Como se documentó con anterioridad el interés, es abordar la construcción social de conocimiento creativo, a partir de la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia, y la comprensión de su red socio – técnica - creativa, revisando de qué manera se puedan configurar los impactos de orden organizacional derivados del proyecto en una micro y pequeña organización - MiPyme.

- Primero en las organizaciones participantes quienes podrán contar con la caracterización del proceso de construcción social de conocimiento creativo, de esta manera podrán reforzar sus procesos en términos de competitividad.
- Luego hacer extensivo el estudio y sus conclusiones a otras organizaciones sin importar tamaño o naturaleza de la cadena productiva o no productiva.
- A la Ingeniería como área de conocimiento con carácter innovador e ingenio, ya que, las reflexiones y repertorios derivados desde la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, posibilitará una comprensión ampliada socialmente hablando de los problemas cotidianos que se abordan y se resuelven.
- Al Diseño Industrial como área de conocimiento de carácter creativo e innovador centrada en el ser humano y en su cultura material, se espera que las reflexiones derivadas de los análisis favorezcan la investigación a la historia, la teoría y la cultura material en Colombia. De igual manera, las reflexiones de tipo epistemológico – estético, entorno al: carácter de creatividad situada, constitución de redes socio creativas, las dinámicas de negociación identitaria que se realizan en el desarrollo de productos con una estética tan particular (Zapatos Drag Queen) favorezcan nuevas maneras de abordar y comprender la naturaleza del mundo, la condición humana y la apariencia de las cosas.

-
- A mi condición como investigador y como docente. Espero que también revierta experiencia en mi cotidianidad como docente de la Escuela de Diseño Industrial; más que la enseñabilidad explorar nuevas maneras de aprendizaje: en los cursos de pregrado y posgrado. También espero que consolidar un perfil investigador en el contexto de la Universidad Nacional de Colombia.

1. *La Creatividad como Objeto de Conocimiento*

Cuando por fin tuve oportunidad de hablar más detenidamente con la profesora Olga Restrepo² sobre el trabajo de tesis de doctorado que quería adelantar, ella me pidió que le contara acerca de mis intereses. Así me tuvo hablándole por cerca de 15 o 20 minutos sobre mí y la creatividad, creo que lo único coherente que dije era que quería trabajar en el barrio Restrepo, directamente con los zapateros. Centre la atención en argumentar que procedía de la Facultad de Artes, del programa Diseño Industrial, del mundo de la estética, el proyecto, lo industrial, pero sobre todo lo creativo, además que estaba haciendo un doctorado no en la Facultad de Artes sino en la Facultad de Ingeniería, en el programa doctorado ingeniería: industria y organizaciones. Pacientemente Olga Restrepo me escucho y al cabo del tiempo y de manera contundente planteó que “todo lo que había escuchado acerca de la creatividad se le escurría entre los dedos”. De la reunión salí con la certeza que ya tenía por fin directora de tesis de doctorado, pero también con dos tareas claras: la primera ‘desinflar’ el concepto de creatividad y la segunda ‘situar’ la creatividad como problema de investigación. En buena medida la naturaleza del presente trabajo pretende dar cuenta a esas condiciones iniciales. Lo interesante es que en el camino del proceso investigativo no solamente se me han revelado aspectos importantísimos acerca de la naturaleza de su mundo organizacional -MiPymes-, las diversidades de identidades y negociaciones de las personas involucradas en una red socio-creativa y además el porqué de la apariencia de los zapatos, aspectos que aportaron definitivamente a la consolidación del trabajo de tesis. Al mismo tiempo me percaté, que con el paso del tiempo -tres o cuatro años-, no sólo gracias al doctorado sino al trabajo de campo -etnografía- y a las orientaciones de mi directora, en mí se ha producido unas revelaciones seguramente tardías, en cuanto a mis limitaciones como investigador y mis temores en la escritura derivadas del uso de las nuevas retóricas devenidas de la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología además de mi perspectiva como diseñador, paradójicamente con el paso del tiempo soy consciente de un segundo nacimiento en

² La profesora Olga Restrepo es Socióloga, docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Humanas, de la Universidad Nacional de Colombia, en la actualidad es coordinadora de la Maestría y el Doctorado en Sociología.

cuanto a todo lo que tengo que decir sobre creatividad, pero sobre todo los umbrales de la creatividad.

En el proceso de consolidación de la creatividad como objeto de conocimiento de la mano con mi directora encontramos dos historias que cambiarían el rumbo de esta tesis: el primero fue el documental 'los tacones soñados' del programa *que el mundo lo sepa*, emitido por el canal de televisión Señal Colombia (2012) que hablaba sobre el barrio Restrepo y unos zapatos en particular, los Zapatos Drag Queen. Por la época la revisión de la película *Kinky Boots*. Ambas realizaciones nos dieron pistas para ubicar la organización donde realizaríamos el trabajo etnográfico hablo de la MiPyme Calzado Jhorbam liderado por Teresa Hurtado y Calzado Yara Aristizábal hija de Doña Teresa. También brindo la oportunidad de conocer a Zaza-Drag a Don José, y a otros más empleados que constituyen la organización productiva MiPymes denominada Calzado Yara Aristizábal. Como organización productiva Calzado Jhorbam – Calzado Yara Aristizábal llevan poco más de 40 años en el mercado.

En uno de los primeros encuentros con Yara Aristizábal, le indagaba sobre lo que ella consideraba como creativo. Su respuesta corta, directa y situada no en ella sino, en la 'actitud sagaz' de su madre 'Doña Teresa' nos dan un umbral de aproximación inicial a como se vivencia el conocimiento creativo al interior del almacén y taller *Calzado Yara Aristizábal*, aspectos tales como: actitud, aprendizaje, identificación de oportunidad 'machete', riesgo, perspectiva de factibilidad, entre otras.

Lo que pasa es que mi mamá, son cosas que a mí aun me faltan, ella era muy pila para ver el 'machete'. Lo que te decía ella sabía qué hacer, no era tan miedosa, de pronto y había más fluidez económica. Por ejemplo, salió una suela nueva, compramos de una vez cien pares y vamos a hacer horma, vamos a hacer una inversión de cinco millones de pesos.
(Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Pero también Doña Tere refiere cómo identificaban oportunidades de negocio

como a los cinco años de haberse creado la empresa, es que estábamos jóvenes también, hicimos una baleta que Colombia entera la usó. Era una baleta plana. Simplemente en colores fuertes, porque era que mi esposo también era muy ingenioso. Nosotros nos ingeniamos comprar la badana. O sea, la badana es el, digamos, el material con que se forran los zapatos de hombre. La pigmentábamos nosotros mismos de rojo, de verde, de amarillo, de los colores que estaban en moda, y hacíamos las baletas en badana. Entonces eso era novedoso para todo Colombia. Vendíamos esas baletas. Entonces ahí fue cuando alcanzamos a hacer 250 pares semanales, y eso era poquito, porque no nos alcanzaba la producción. (Hurtado Teresa, 2015)

1.1 Diferentes Creatividades

'indicadores son: originalidad, elaboración, fantasía, conectividad o integración creativa, alcance imaginativo, expansión figurativa, habilidad gráfica y morfología de la imagen. Cada uno de éstos contempla a su vez diferentes facetas' (De Quesada 2001, 36)

La creatividad está en todas partes. Está de moda hablar de creatividad. Conviven tantas definiciones de creatividad como colectivos pretendan acotarla, hablo de *heterogeneidad* de la creatividad, aspecto que diferencia y dificulta su abordaje en términos investigativos, de tal manera que cuando se aborda como objeto de conocimiento lo creativo no es sencillo, debido a lo polisémico y seguramente a la banalización del concepto. Cada persona o colectivo tendrá una traducción particular y por ende un tipo de representación acerca de lo creativo. La creatividad se relaciona a la genialidad individual de alguna persona iluminada, por efectos de alguna epifanía, para lo cual han echado mano de algún método que brinde alternatividad en sus respuestas. El punto al que quiero llegar, es mostrar que para comprender lo *creativo*, es necesario trascender lo epidérmico de las definiciones universales, más bien se debe pensar lo creativo de manera integral con el fin de abordar lo fundacional, algo así como lo refería Benjamin (1982: 24) “la manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar)”, al referirse al aura que caracteriza la obra de arte, espero de igual manera que ese sea el espíritu de la creatividad, lo que hace a la creatividad creativa, ahí es donde sitúo inicialmente, los umbrales de la creatividad. Dicha condición estará asociada primero con los colectivos de personas, a su conocimiento aceptado; con la manera como éstos organizan, gestionan y resuelven cierto tipo de situaciones; pero al mismo tiempo estas respuestas creativas serán resultado de una red histórica de negociaciones particulares entre diversos actores, de tal manera que la creatividad está relacionada de manera importante con factores sociales, esto posibilita que lo creativo sea considerado como un constructo social. Aunque la formalidad de las instituciones (incluida la academia, la industria, entre otras) han procurado apropiarse y blindar el concepto de la creatividad, construyendo fronteras canónicas, ha sido extremadamente complejo construir modelos de tipo universalista. Se han consolidado avances en diversos frentes, pero casi siempre el avance estará relacionado con un contexto en particular. No hay reglas generales para abordar lo creativo, o sea lo que ha servido para un contexto bien podría no servir para otro. Más bien existirán unas condiciones particulares, que caracterizan creativamente cada contexto que posibilitaran o limitaran acciones. Así el presente trabajo procura caracterizar dichas situaciones, en términos de una red socio – creativa, al interior de una pequeña organización productiva denominada MiPymes, que diseña y desarrolla zapatos.

Una primera aproximación al concepto, a partir de la perspectiva **histórica** la realiza Tatarkiewicz (1997: 296), quien relaciona de manera detallada lo creativo con el saber y el hacer, en términos históricos.

“El hombre está condenado a la creatividad. Sin ella no llegaría a saber nada, ni podría hacer nada’. Tatarkiewicz, examina la evolución del concepto identificando que, durante casi mil años, el concepto no existió en filosofía, ni en la teología, ni en el arte europeo. Los griegos no tuvieron tal termino en absoluto; los romanos sí, para ellos, era un término del lenguaje coloquial, ‘creator’ era un sinónimo de padre. Es a lo largo de otros mil años, el término se utilizó, pero exclusivamente en teología: creator era un sinónimo de Dios, la palabra siguió empleándose, en este sentido únicamente, hasta una época tan tardía como la Ilustración. Es para el siglo XIX, que el término ‘creator’ se incorporó al lenguaje del arte, convirtiéndose en propiedad exclusiva (en el mundo humano) del arte: creador se convirtió en sinónimo de artista. Se forman nuevas expresiones, como por ejemplo el adjetivo ‘creativo’ y el sustantivo ‘creatividad’; estas expresiones se utilizaban exclusivamente para hacer referencia a los artistas y a sus obras. En el siglo XX, la expresión ‘creator’ empezó a aplicarse a toda la cultura humana; se comenzó a hablar de la creatividad en las ciencias, de políticos creativos, de creadores de nueva tecnología. Hoy día se manejan variantes de palabras que tienen una misma raíz y un sentido análogo: creador, crear, creativo, creatividad”. Tatarkiewicz (1997: 286).

Otra perspectiva derivada de la comprensión de la creatividad, a partir de los avances de las **ciencias de la cognición** –sobre todo, la psicología- después de los estudios realizados en lenguaje por Noam Chomsky, citado por Precht (2009: 105) al demostrar que los seres humanos -los niños- tienen una predisposición casi genética hacia el lenguaje ‘cada niño desarrolla su lengua materna en virtud de la influencia del medio. La primera lengua no la aprendemos, sino que la adquirimos, del mismo modo en que crecen nuestros brazos’.

“En la década de 1960 el lingüista estadounidense Noam Chomsky forjó su teoría sobre el lenguaje, se considera muy probable que los seres humanos nazcamos con una capacidad innata para el lenguaje y la gramática. Gracias a esta capacidad, los niños pequeños aprenden su lengua materna de un modo casi automático; su lengua crece en ellos de un modo parecido a como crecen los miembros corporales. Una condición importante, para ello es que los niños pequeños puedan imitar la lengua que oyen (...) Los seres humanos combinamos sonidos sin significado para formar palabras con sentido” (Precht 2009, 103)

Sobre la misma perspectiva De Quesada (2001: 29) nos brinda indicios de referencia, de cómo abordar la creatividad -cognitivamente hablando-, a partir de dos preocupaciones: ya sea por el camino de los métodos o por las habilidades. De Quesada se pregunta si “puede haber métodos que desarrollen la creatividad en general o si, por el contrario, es necesario vincularlos al desarrollo de habilidades creativas para campos concretos. La primera postura defendida por los clásicos en la investigación sobre este tema: Guilford, De Bono, Torrance y Maslow, principalmente. Mientras que la última, esto es, la afirmación de que no se debe hallar la creatividad en general, sino en capacidades creativas específicas – difícilmente transferibles de un campo a otro –“, es la postura defendida, entre otros, por Robert Sternberg y Howard Gardner. Ampliando, un poco más, la perspectiva de

Guilford (1976), plantea una serie de funciones del intelecto a los que denomina: factores “la combinación de unos factores básicos daría a lugar a otros más complejos”. De este modo la comprensión verbal, por ejemplo, es el resultado de la cognición de unidades semánticas. En esta definición podemos observar como el primer factor estaría referido a una facultad, el segundo a una taxonomía y el tercero a una cualidad. Las facultades y operaciones que Guilford (1976: 45) enumera son: “cognición, memoria, producción divergente, producción convergente y evaluación. Los criterios de clasificación que nos da son: clases, relaciones, sistemas, transformaciones e implicaciones. Por último, las cualidades o contenidos los relaciona con: lo figurativo, lo simbólico, lo semántico y lo psicológico”. Guilford (1976) detalla que los individuos más creativos pensarían con mayor fluidez, con más flexibilidad y originalidad. “La fluidez presenta tareas muy simples, siendo la cantidad de producción lo que determina. La flexibilidad de pensamiento significa un cambio de cierta clase –un cambio de significado, de interpretación o uso de algo- un cambio en la manera de entender algo o la estrategia pensada para realizarla. Originalidad significa la producción de respuestas inusitadas, inteligentes conseguidas desde premisas muy distantes o, remotas”. Pero hay quien afirma que una idea no es original, a menos que ningún humano la haya pensado antes. Esta manera de definir la originalidad carece de valor científico, pues no hay modo de saber si una idea ha existido antes o no. (115). Para Steinberg (1976: 131), la creatividad “se ha asociado a un acto que cristaliza en una construcción nueva o en un producto observable que es considerado excepcional por jueces competentes”. Mientras que Csikszentmihályi (1998: 21) debate sobre si, la creatividad “es el resultado de la interacción de un sistema compuesto por tres elementos: una cultura que contiene reglas simbólicas, una persona que aporta novedad al campo simbólico y un ámbito de expertos que reconocen y validan la innovación”. El uso de **modelos** o de metodologías a partir de Teerajetgul y Chareonngam (2008) quienes, desde el conocimiento tácito, que se desarrolla a través de la experiencia, y cómo es utilizado por los gerentes de construcción tailandeses para realizar sus tareas y rendimiento del proyecto. Su propósito será explorar y describir la utilización del conocimiento tácito en la ejecución de proyectos de construcción. Petkovic, Issa, Pavlovic y Zentner (2013) asocian la esencia del diseño conceptual a conseguir que los proyectos o ideas innovadoras promuevan los productos con el mejor rendimiento. Prueban que la teoría de la solución inventiva del problema (TRIZ) es una metodología sistemática para la innovación y el desarrollo de productos. Del lado de las destrezas o habilidades Davis J. (2014) plantea

“En 1970 las tres destrezas principales requeridas por las empresas de la lista Fortune 500 eran la lectura, escritura y aritmética. Para 1999 las tres principales destrezas que las empresas más importantes exigían de sus candidatos eran el trabajo en equipo, resolución de problemas y relaciones interpersonales”. Davis J. (2014: 56).

Ya con anterioridad a Davis J (2014), Gardner (2008) discutía la relevancia de cierto tipo de disposición hacía la creatividad -inteligencias- ampliando el espectro no sólo a una sola inteligencia sino a la existencia de siete:

“He postulado que todos los seres humanos son capaces de conocer el mundo de siete modos diferentes, y que en algún lugar he titulado las siete inteligencias humanas. Según este análisis todos somos capaces de conocer el mundo a través del lenguaje, del análisis lógico matemático, de la representación espacial, del pensamiento musical, del uso del cuerpo para resolver problemas o hacer cosas, de una comprensión de los demás individuos y de una comprensión de nosotros mismos. Donde los individuos se diferencian es en la intensidad de estas inteligencias – lo que se ha dado en llamar ‘perfil de inteligencias’- y en las formas en que se recurre a esas mismas inteligencias y se las combina para llevar a cabo diferentes labores, para solucionar problemas diversos y progresar en distintos ámbitos”. Gardner (2008: 27).

Por último, De Quesada (2001: 50) citando a Singberg revisa aquellos aspectos que resisten a la creatividad “aspectos que intervienen en los tres bloqueos más habituales: los perceptuales, los culturales y los emocionales. Citaremos los más significativos. Entre los perceptuales están: la incapacidad de ver el problema, la dificultad de aislarlo o por el contrario de limitarlo en exceso, la incapacidad de definir los términos de este, o de no poder utilizar todos los sentidos para la observación de éste, también la dificultad de percibir relaciones remotas o por el contrario de no saber investigar lo obvio. También se da la tendencia a precipitarse en sacar conclusiones”.

Procedente del abordaje cognitivo de la creatividad e influenciado por los desarrollos **científicos**, se fortalece la perspectiva de la creatividad como problema o como solución de problemas, para el caso Goel y Piroli (1992: 40), el uso que hacen de lo ‘creativo’ no se refiere a las capacidades especiales de ciertos individuos para obtener un mayor acceso a un cuerpo de verdades previamente ocultas; refleja más bien su premisa de que la actividad científica es sólo una palestra social en la que se construye el conocimiento. Para Goel y Piroli, los problemas específicamente de diseño son entendidos como problemas débilmente estructurados, es decir problemas en los cuales no se encuentran completamente formulados, en los cuales su estructura semántica favorece la indefinición del problema y la posibilidad de generar procesos de pensamiento divergente, de estos no se espera una única solución eficiente, ‘la principal característica del problema de divergencia es que permite, a partir del mismo enunciado, generar varias ideas o soluciones que cumplan con las especificaciones’. En tanto, Kokotovich (2008) se concentra en una fase temprana del proceso de diseño, más específicamente, análisis de

problemas y herramientas de pensamiento que ayudan en el análisis de problemas. Ilustra cómo las técnicas de mapeo mental no jerárquicas pueden guiar a los diseñadores principiantes (estudiantes) en la adopción de los procesos / marco de resolución de problemas de diseño. Cross (1997) discute sobre el 'salto creativo', en el que surge un concepto novedoso -quizás de repente- como una posible solución de diseño, es ampliamente considerado como un rasgo característico del diseño creativo. Concluyendo que el acto perceptivo que subyace a la visión creativa en el diseño se asemeja más a 'tender puentes' que 'saltar' el abismo entre el problema y la solución. Dorst y Cross (2001), a partir de un conjunto de estudios de protocolo de nueve experimentados diseñadores industriales, identifican aspectos de la creatividad relacionados con la formulación del problema de diseño y con el concepto de originalidad y la coevolución. Fantoni, Taviani, y Santoro, (2007) planean que la descripción de productos funcionales puede ser fundacional de un nuevo método de diseño, basado en el análisis lexical y más precisamente sobre el análisis de funciones sinónimas y antónimas. Merrick, Gu, y Wang, (2011) definen tres espacios tecnológicos conceptuales, que describen los diferentes aspectos de los mundos virtuales. El diseño como herramienta para el modelado de nuevos artefactos, soportado para la comunicación y la habilidad para incorporar artificialmente modelos de procesos de diseño cognitivo.

Varios autores, sobre todo desde los **estudios sociales de las ciencias**, se aproximan a la creatividad bajo la presunción del develar, de descubrir aquellas cualidades del ser humano que se utilizan para resolver una situación determinada; o sea se comprende la creatividad como una capacidad inherente. Por ejemplo, el descubrimiento para Kuhn (1993: 93), comienza con la percepción de la anomalía; o sea, con el reconocimiento de que en cierto modo la naturaleza ha violado las expectativas, inducidas por el paradigma, que rigen a la ciencia normal. El descubrimiento involucra un proceso extenso, aunque no necesariamente prolongado, de asimilación conceptual. (98). La novedad surge sólo dificultosamente, manifestada por la resistencia, contra el fondo que proporciona lo esperado. (109). Para Woolgar (1991: 84), el descubrimiento es algo central en las concepciones comunes de la ciencia, critica la misión que supone entender que los nuevos descubrimientos como objetos, eventos o procesos, sobre los que no existía conocimiento previo. La metáfora del descubrimiento científico, "la idea del descubrir está relacionado con (des) descubrir la realidad y revelar algo que había estado siempre ahí. El descubrimiento se deriva del descubrimiento geográfico, hay un viaje a un lugar lejano y se encuentra,

aparece de golpe con lo que ya estaba ahí". Resulta importante destacar la existencia previa del objeto descubierto, de tal manera que el presupuesto central del descubrimiento es que el objeto descubierto antecede al propio descubrimiento. El descubrimiento es más un proceso que un hecho puntual en el tiempo, es proceso consistente en planificar, anticipar, solicitar apoyo y obtener información institucional. Como proceso el descubrimiento se extiende a través del tiempo tanto antes como después del anuncio o afirmación inicial. (89). Pero antes de que se conceda el rango de descubrimiento, en la observación debe percibirse algo novedoso y significativo. (85). Lo que se tome como novedoso y significativo dependerá del contexto social en el que se afirma el descubrimiento. (87). En nuestros intentos por comprender la base social del descubrimiento no podemos presuponer el carácter del objeto descubierto; el hecho de un objeto descubierto y su carácter son el logro de las afirmaciones del descubridor (y/o de otros) y de su trabajo de definición. Dicho de forma escueta, los descubrimientos crean el lado derecho, en vez de producir simples explicaciones de este. (92). Ahora, es importante para mí abordaje investigativo, la directriz que plantea Kreimer (2005: 22), en cuanto como la sociología del conocimiento

"Descartó la idea del descubrimiento, entendido como el 'develamiento de todo aquello que está oculto' a la espera de que, ora el genio individual, ora el trabajo sistemático colectivo, establezcan las formas, el funcionamiento o las leyes del mundo natural y los ofrezcan al entendimiento humano. En su reemplazo, propuso el conocimiento como una actividad social de conformación de objetos, de procesos de representación, de diseño de instrumentos y técnicas y mecanismos de intervención". Kreimer (2005: 22)

Otra perspectiva se consolida a partir del desarrollo de la comprensión de la creatividad desde la **tecnología / ingeniería**, es así como, Arciszewski, Michalski, y Wnek (1995) sostienen como la inducción constructiva se propuso originalmente en el campo del aprendizaje automático, y como puede servir de base para desarrollar una teoría computacional del diseño de ingeniería y la creatividad del diseño. Howard, Culley, y Dekoninck (2008) desarrollan un "proceso de diseño creativo", basado en una integración entre una visión consensuada del proceso de diseño, pero a partir del diseño de ingeniería y el proceso creativo de la psicología cognitiva. Este proceso integrado y la definición compuesta están vinculados entre sí, proporcionando así un modelo descriptivo en el que las diferentes operaciones de diseño están vinculadas a los tipos de producción de diseño producidos. Pero también a partir de la **tecnología como organización**, en donde, Nonaka y Takeuchi (1999), abordan la temática del conocimiento creativo en las grandes organizaciones productivas, pero desde el enfoque del conocimiento explícito y el conocimiento tácito; creando de paso una metodología en forma de espiral, inspirada en

la manera de trabajo de las organizaciones japonesas. El trabajo se robustece cuando Nonaka y Takeuchi construyen un modelo de construcción de conocimiento creativo, a partir de los tránsitos del conocimiento tácito al conocimiento explícito, identificando cuatro dimensiones: un conocimiento armonizado o de socialización cuando se va de conocimiento tácito a tácito; un conocimiento de tipo conceptual o de exteriorización, cuando va de conocimiento tácito a explícito; un conocimiento de tipo operacional o de interiorización, cuando va de conocimiento explícito a tácito; un conocimiento de tipo sistémico o de combinación, cuando va de conocimiento explícito a conocimiento explícito. Los autores introducen estos diversos tipos de conversión de conocimiento en un plano cartesiano, en cuyos ejes sitúan la dimensión epistemológica y la ontológica, para hablar de la espiral de la construcción de conocimiento creativo al interior de las organizaciones. Amabile (1997) critica cómo la creatividad se mata más a menudo de lo que se apoya. La creatividad se ve socavada involuntariamente todos los días en entornos de trabajo que fueron establecidos -por buenas razones- para maximizar los imperativos empresariales como la coordinación, la productividad y el control. Dollinger y Shafran (2005), abordan la evaluación consensual de Amabile comúnmente usada en investigación para la creación de productos. El estudio evalúa una modificación de la técnica la cuál puede facilitar la investigación de productos creativos por calibración de jueces no – expertos en estudios previos. Dorst (2011) explora cómo en los últimos años, el ‘design thinking’ ha ganado popularidad y ahora se ve como un nuevo paradigma para tratar con problemas en sectores en un campo como la Tecnología, Negocios, Educación y Medicina. Termina con una exploración de la forma en que estas prácticas de diseño pueden ser adoptadas para la resolución de problemas organizacionales y la innovación. Carayannis y Coleman (2005) Discuten sobre el modelo creatividad - innovación - competitividad (CIC) y las maneras cómo genera una cadena de valor que manifiesta el puente entre las técnicas creativas en el sistema de diseño y el valor agregado para la industria. Kent (2007) explora el concepto de creatividad en el contexto del entorno de la tienda minorista y la función del diseño en la configuración de este entorno. El artículo utiliza un enfoque interdisciplinario para revisar los enfoques teóricos de la creatividad y su relevancia para la industria minorista. La perspectiva tecnológica también aborda desarrollo a partir de la estrategia **NPD** – desarrollo de nuevos productos - aquí Arciszewski, Michalski y Wnek (1995) discuten cómo la inducción constructiva, originalmente propuesta en el campo del aprendizaje de las máquinas puede servir como fundación para el desarrollo de una teoría computacional de ingeniería del diseño y diseño creativo. La inducción creativa es un proceso de creación

de nuevo conocimiento por medio de: uno, el conocimiento más adecuado a la representación especial y el dos, la mejor hipótesis en ese espacio. Ng y Anuar (2011) examinan la importancia de la gestión del conocimiento en el desarrollo de nuevos productos - NPD con un énfasis especial en facetas como la creatividad y el desarrollo del producto, ya que estos dos factores se especifican en la etapa de diseño de un ciclo de vida del producto. Brackman y Morgan (2003) proporcionan una evaluación del vínculo entre el conocimiento existente y el desempeño organizacional. Identifican factores y procesos que influyen en la gestión del conocimiento existente dentro de las áreas de cultura de aprendizaje, construcción de conocimiento y desempeño organizacional. Hsiao y Chou (2004) ofrece un nuevo enfoque para el proceso de diseño para las industrias, aprovechando un proceso de diseño basado en la creatividad para lograr los objetivos de diseño de productos innovadores. Exploran cómo la creatividad juega un papel importante en el desarrollo de nuevos productos (NPD), además como puede ser utilizada en la búsqueda de nuevas ideas para el diseño de productos innovadores. Goel y Singh (1998) proponen una estructura para la integración de la creatividad y aspectos del desarrollo de un producto durable. Discuten varias creatividades y metodologías de innovación. Naes & Nyvold (2004) discuten una nueva forma de utilizar la metodología de diseño experimental en el desarrollo de productos. La técnica se basa en generar primero un diseño en los atributos dados por el concepto de producto original. El desarrollador del producto entonces utiliza estas "recetas" para desarrollar prototipos concretos de productos que serán probados por los consumidores.

Abordajes en dónde los **marcos tecnológicos** son importantes y las relaciones socio – técnicas en las organizaciones, Mcloughlin, Badham y Couchman (2000) abordan cuestiones a través de la articulación de los conceptos de las configuraciones sociotécnicas y los marcos tecnológicos y explora su utilidad en la comprensión de la agencia de cambio a través de un proyecto de investigación-acción. El proyecto busca una novedosa forma de transferencia 'sociotécnica', tomando las ideas y los conceptos de la fabricación 'centrada en el ser humano'. Gish y Clausen (2013) contribuyen a una nueva comprensión del trabajo en las organizaciones industriales de la 'idea'. Trata de ampliar nuestra comprensión de cómo un concepto de producto se constituye y se sintetiza a través de la interacción socio-material de los miembros de la organización y el compromiso en el trabajo de la idea. Basado en un análisis de cómo los actores de la organización se involucran en los controvertidos y cambiantes entendimientos de lo que parece ser un

producto exitoso, el artículo ofrece una nueva perspectiva sobre la navegación de las ideas de los jugadores en los procesos políticos de la innovación. Sugiere que la navegación de marcos tecnológicos puede ofrecer una nueva perspectiva para hacer explícitas las visiones del mundo de los actores implicados, incluyendo lo que ellos perciben como problemas relevantes y las estrategias relacionadas para resolverlos. Azadegan, Bush, & Dooley (2008) visualizan el pensamiento creativo a través de la teoría de lentes de la visión basada en recursos. Procurando responder la pregunta ¿es la creatividad en diseño una capacidad dinámica o estática? Redelinghuys y Bahill (2006) presentan un enfoque genérico para la medición de la creatividad tecnológica. Este método, conocido como la técnica REV (recursos, esfuerzo, valor), es prometedor para la evaluación de la creatividad de individuos o equipos que cooperan en el desarrollo de nuevos productos, considerando debidamente los beneficios de la infraestructura de apoyo.

Estudios a partir de los desarrollos en creatividad desde el carácter del aprendizaje, pero desde el **Diseño**, tenemos: Chun y McDonald (2002) que proponen un estudio que desafía los modos convencionales de diseño / construcción, cuestionando la relación proyectiva entre el dibujo y la construcción. Flood y Phillips (2007), describen trabajos recientes con creatividad en adultos mayores, incluyendo proyectos de investigación y clínicos, y trabajos anteriores que podrían ser refinados como intervenciones creativas. También se presentan recomendaciones para una investigación más profunda de la creatividad. Styger (2012) aborda la construcción de la innovación dentro de la educación empresarial, centrando el concepto de desarrollo de líderes innovadores y creativos de los negocios. Para Yilmaz y Seifert (2010) exploran el uso de diseños heurísticos como estrategias de diseño en la creación de productos innovadores. El diseño heurístico es una guía que ayuda a los diseñadores a considerar áreas de posible diseño, que de otra manera no vendrán al cerebro durante la etapa de generación de ideas. Sobre la misma línea de los desarrollos en Diseño, pero relacionado con el trabajo de campo en diversos contextos y explicitado por medio de estudios de caso con Mc Glashan (2011) que explora la práctica de diseño de tres diseñadores de Nueva Zelanda, busca identificar los elementos clave y metodologías que emplean y responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo diseñan los diseñadores? Gish, Clausen y Hansen (2009) hacen referencia a las primeras actividades de innovación, en particular el trabajo con ideas, basado en un estudio de caso de la práctica industrial sobre el desarrollo de un nuevo circulador (el circulador Alpha Pro), su objetivo será conseguir una mejor comprensión del trabajo con ideas en las primeras fases

del desarrollo del producto. Ellos sugieren que los actores involucrados en el trabajo de la idea y su interacción, tales como la negociación de diferentes comprensiones de lo que constituye una idea calificada, así como la movilización continua de apoyo a sus ideas entre una gama de actores deben ser elementos clave.

¿Qué nos deja esta revisión? Una perspectiva de cómo se concibe, estructura y aplica la creatividad. Además de varios estratos de categorías a partir de las cuales, se puede iniciar un proceso de reflexión crítica en torno a la creatividad. Un primer estrato, que orienta preocupaciones desde las ciencias, la tecnología y el diseño. Un segundo estrato, que da cuenta de la naturaleza de los problemas a resolver, los modelos, las metodologías, los marcos. Un tercer estrato, que centra su aproximación a partir del carácter del constructor – artesano – diseñador, vendedores, compradores, etc., los ambientes (como organización), el desarrollo o descubrimiento de nuevos productos. Un cuarto estrato, seguramente más velado, pero no necesariamente menos importante, que da cuenta de la posibilidad de diferenciación (demarcación), y la normatividad o porque no revisarla en términos políticos al interior de donde se suceda la creatividad. Está sobre el mismo análisis realizado por Ryhammer y Brolin en 1999 y citado por (Gish, Clausen y Hansen 2009)

“Ryhammer & Brolin en 1999 han identificado cuatro líneas de desarrollo: 1) ‘El enfoque de la personalidad’, aquí el propósito es estudiar las características de la persona creativa. 2) ‘El enfoque cognitivo’, aquí la creatividad es estudiada como un aspecto de la inteligencia, como un proceso principalmente inconsciente, como una capacidad para solucionar problemas, y como un proceso asociativo. 3) ‘Estimulación de la creatividad’, la idea que la creatividad puede y debería ser influenciada. En este contexto, creatividad frecuentemente equivale a la habilidad de la persona para generar ideas originales y usar las diferentes habilidades para solucionar problemas. 4) ‘La social – psicología y el enfoque de los sistemas de pensamiento’, visiones sociales / ambientales factores que han tenido gran importancia que los anteriores, los cuales significan que la creatividad está considerada como existente dentro de un gran sistema de redes sociales, dominio de campo y campo de actividad”.

Me gustaría pensar la existencia de estos estratos inicialmente identificados (seguramente la dinámica investigativa develará aún más) fuertemente interconectados unos con otros de la manera propuesta por Deleuze (1987: 75), “los estratos son formaciones históricas, positividad o empiricidades. ‘Capas sedimentarias’, hechas de cosas y de palabras, de ver y de hablar, de visible y de decible, de superficies de visibilidad y de campos de legibilidad, de contenidos y de expresiones”.

1.2 Interiorización

Alcanzar, comprender y criticar la creatividad se ha convertido en una expedición personal, y casi como un objetivo de investigación primero como diseñador industrial y luego como docente universitario en la Facultad de Artes, de la Universidad Nacional de Colombia; o sea como una persona comprometida con la creación en el mundo del Diseño y del Arte (allí se da por hecho que todos deben ser creativos y en algunas ocasiones trabajos sobre creación son considerados como triviales). Allí en la Facultad de Artes, en la Escuela Diseño Industrial he tenido la oportunidad de aproximarme y experimentar con lo *creativo* a partir de la pedagogía, ya sea, desde la tecnología, cuando orientaba los rumbos de la asignatura *fundamentos de tecnología*; pero también, vivenciar lo creativo desde el diseño: primero como docente de los talleres de diseño y de otra parte como profesional del diseño en asesorías a industriales, interventorías de proyectos, en algunos casos como desarrollador de producto de diseño. Entre el año 2004 y 2005 conformo junto a otros docentes el 'grupo gestor de posgrado' equipo que lideró la creación y consolidación del primer posgrado de la Escuela Diseño industrial, posgrado orientado a las cadenas productivas, específicamente a la cadena del cuero, calzado y la marroquinería³. Llama la atención el trabajo adelantado desde el año 2007 hasta el año 2012 cuando acompañaba los destinos de la asignatura *laboratorio de diseño 3*, junto al profesor – diseñador William Vásquez, allí, se consolidó una propuesta: creativo-diseño-pedagógico–tecnológica, denominada la máquina 'Criptomaquinoantropomórfica de Bogotá', nuestro cometido, con los estudiantes era aproximarlos críticamente al mundo del diseño, a partir de la valoración del cuerpo, lo estético, la experiencia humana, procurando visibilizar simétricamente los riesgos de la condición humana ante lo tecnológico. Gracias a esta propuesta empezó a consolidarse mi perfil como investigador primero con ponencias, luego con escritos.

Mi formación como Diseñador Industrial, además de mi desempeño profesional como Diseñador y como docente en la Facultad de Artes, ha posibilitado el fortalecimiento de la creatividad a partir de la novedad de las respuestas construidas, pero lo nuevo tiene un trasfondo 'cajanegrizado' por el proyecto, más específicamente en la etapa de generación de ideas alternativas como posibles respuestas al problema abordado (pensamiento

³ Ya existían en la Escuela de Diseño Industrial, desde la década de los noventas, algunos docentes con nexos con dicha cadena. Esfuerzos adelantados por los profesores: Patricia Paredes, Pablo Abril, Alfonso Bohórquez y yo en menor medida.

divergente) muchas de esas ideas nunca ven la luz. Así es el diseño, o como lo comenta Bauman (2005: 34) “los diseños se requieren porque está a punto de crearse algo nuevo; se va a cambiar algo existente, ya presenté ahí afuera, en el mundo tal cual es. Y así como no se sabe si algo es bueno hasta que se prueba, el conocimiento se aprueba a sí mismo cambiando el mundo”. Pero también en términos de implicación, cuándo la aparición del diseño posibilita un mundo desordenado y susceptible de ser manejado.

“Abandonado a su suerte, no iluminado por los focos del cuento y antes de la primera sesión de montaje con los diseñadores, el mundo no es ni ordenado ni caótico, ni limpio ni sucio. El diseño humano es lo que hace aparecer el desorden *junto con* la visión del orden, la sociedad junto con el proyecto de pureza. El pensamiento recorta primero la imagen del mundo, de suerte que puede recortarse el propio mundo justo a continuación. Una vez recortada la imagen, el recorte del mundo (el deseo de recortarlo, el esfuerzo por recortarlo, si bien no necesariamente la consumación de la hazaña del recorte) es una conclusión inevitable. El mundo es manejable y demanda ser manejado en tanto en cuanto se ha rehecho a la medida de la comprensión humana”. (Bauman, *Vidas desperdiciadas: la modernidad y sus parias*. 2005, 33)

Es paradójico ya que todo mi mundo, en términos de creación está bordeado por la naturaleza del devenir del proyecto en diseño. Gracias al agenciamiento del proyecto se ha consolidado mi mirada de mundo, en dónde las respuestas de los problemas susceptibles de ser abordados desde el Diseño tienen un carácter incremental, evolutivo, fortaleciendo una versión de lo real que se desenvuelve. El carácter de ‘estar’ en proyecto implica la aceptación de estar en ‘proceso continuo’. Aunque puedan encontrarse situaciones impredecibles o de plena incertidumbre en dicho proceso, muchas veces estos estados son llevados a una representación oficial de homogeneidad espacio – temporal. En el tránsito constructivo del proyecto se van dejando de lado exploraciones ‘poco relevantes’ producto de aquellos estados de divergencia creativa y que, en las versiones finales y oficiales del producto, nunca aparecen. Las versiones finales del proyecto son relatos coordinados que ocultan, recontextualizan esas construcciones divergentes. Como lo trabajan Fressoli, Lalouf y Gonzáles (2006: 95) citando a John Law

“La composición de ‘relatos coherentes’ en el que se coordinan y desplazan, resignifican u ocultan los elementos divergentes. En esta composición participan al menos tres hábitos de producción de continuidad; la construcción de la genealogía del artefacto, la transformación de un juego de elementos heterogéneos y desordenados en un sistema ordenado, y la historia de la movilización y traducción de intereses que culmina en la construcción de un hecho”. Fressoli, Lalouf y Gonzáles (2006: 95)

De esto trata el proyecto, da cuenta del producto, pero desde la perspectiva del proceso. Comprendo que el proyecto es un mecanismo más, que consolida la construcción de relatos coordinados, relatos uniformes, que dan lugar a la construcción de ‘relatos oficiales’

y muchas veces su reproducción puede ser inconsciente⁴. La inconsciencia es un potencial obstáculo de la estructura y desarrollo investigativo, otro tiene que ver con la ‘pasividad’ o ‘neutralidad’ mía frente a los relatos – paradigmáticos con los que construyo la realidad. Este riesgo me preocupa como investigador, en el sentido de ser un agenciado acrítico de relatos oficiales. Hacer Diseño implica experimentar el proyecto, pero con alternatividad. Considero que una orientación inicial hacía una posible naturaleza del problema ‘Umbralas de la Creatividad’ está en la mediación del abordaje que se puede hallar entre el carácter particular de las disciplinas: Diseño (devenido de las Artes) y la Tecnología (devenida de las ciencias). Creo que esto lo puedo lograr usando la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología como mediador (devenida de la Sociología).

Paradójicamente tuve que ‘salir’ de la facultad de Artes hacia la Facultad de ingeniería, para realizar estudios de Doctorado centrado en la creatividad. En el programa ‘Industria & Organizaciones’. Con el tema: **UMBRALES DE LA CREATIVIDAD**⁵: La construcción social de Conocimiento Creativo en algunas Micro - Pequeñas Organizaciones Productivas (MiPymes). Correspondiente al área: Investigación en Epistemología de las organizaciones, la hermenéutica de la gestión y el pensamiento empresarial de la industria y las organizaciones productivas. En el área ciencia, tecnología e innovación (CTI), y como subárea de la Unesco, tecnología y cambio social (630707). Línea de investigación: Sistemas y Gestión de la tecnología, la información, el conocimiento y la innovación tecnológica en la industria y las organizaciones. Lo anterior da una idea inicial frente a inquietudes tales como: ¿Qué hace un diseñador -disciplina de las Artes-, realizando estudios de Doctorado en la Facultad Ingeniería? ¿Por qué la directora de la tesis es de Ciencias Humanas? ¿Por qué estudiar los Zapatos Drag Queen? Artes. Ingeniería. Ciencias Sociales. Disciplinas en apariencia irreconciliables. Cada una con *estilos de pensamiento* muy arraigados e inconmensurables. Es la apuesta que realizo en el presente

⁴ Este tipo de **inconsciente** en el mismo sentido va de la mano del ‘inconsciente óptico’ planteado por Walter Benjamin.

⁵ La investigación, se inscribe en el marco del **Doctorado en Ingeniería – Industria y organizaciones**. Se acoge la línea de investigación: **Sistemas y Gestión de la tecnología, la información, el conocimiento y la innovación tecnológica en la industria y las organizaciones**. Apoyándose en la lectura del documento base del doctorado, considero pertinente abordar la sub-línea (área) de investigación: **Investigación en Epistemología de las organizaciones, la hermenéutica de la gestión y el pensamiento empresarial de la industria y las organizaciones productivas**.

trabajo, construir sentido en torno a la articulación de un discurso, cuyo eje de relación sea la creatividad. La creatividad como puente. Lo 'creativo', tal y como se comentó con anterioridad, no como una cualidad que se agrega a algo, más bien como lo *inicial e indicial* de una respuesta construida a un problema determinado. Dicho interés refiere a no aproximarme a la creatividad desde preguntas de orden filosófico, más bien, iniciar esa construcción de sentido, en torno a lo creativo, a partir de inquietudes relacionadas con la 'situación', el 'cómo', o el 'de qué manera'.

A la profesora – socióloga Olga Restrepo, directora de mi tesis de doctorado la conocí en su seminario *perspectivas de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología*, luego del primer contacto y de formalizar el trabajo de dirección de tesis, se formalizó además una segunda lección que aprendo y tiene que ver con la *demarcación* y la *contingencia* del problema que se está abordando. Posibilitando algunas de las primeras acciones de tipo estratégico, de aproximación al mundo de lo creativo, pero teniendo en cuenta algunas consideraciones: la perspectiva del conocimiento creativo no se va a referir únicamente a las capacidades de unas personas privilegiadas, al descubrimiento de un método o en develar verdades ocultas, reflejará que en un ambiente y objeto – producto señalado, se tejen una serie de relaciones, se potencian negociaciones en torno a la identidad de productores y usuarios, que involucran ciertos grados de inclusión en una red de diversos actores. A partir de una mirada ampliada en el campo social, cultural, político y tecnológico se pueden comprender las lógicas de construcción de conocimiento y hechos creativos, sobre todo cuando se habla de *demarcación, situación, política, contingencia, oportunismo*, entre otros, a partir de la configuración de unos zapatos, diseñados en una pequeña organización. El abordaje social posibilita trascender la versión tradicional y determinística, pero a la vez escurridiza de la creatividad; de tal manera que, comprendida desde la construcción social del conocimiento creativo, posibilita la deconstrucción de versiones lineales y simplistas, además de asumir el reto de abrir la caja negra de la creatividad, parafraseando a Woolgar (1991). Para (des)cubrir, primeramente, que en su interior se presentan dinámicas que deben ser estudiadas porque están ligadas a procesos sociales, culturales, políticas. Además, para comprender la creatividad de manera política como innovación al interior de la MiPyme, también el diseño en términos de configuración, identidad, la performatividad, y de la coproducción de los productos, como el resultado de procesos de negociación, y de interpretaciones entre diversos actores de una red. De tal manera que la creatividad en 'situación social' develará, aquellos aspectos que favorecen

la construcción social de conocimiento creativo, a partir de la identidad y la coproducción de un producto claramente definido, al interior de una micro - pequeña organización productiva - MiPyme.

Planteo entonces, abordar la creatividad a partir de diversas miradas, emprendidas desde la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia, los estudios sociales en tecnología junto a los estudios sobre *organización*, pero política desde ingeniería y las ciencias administrativas, y luego matizados desde la perspectiva de los estudios en Diseño. Es pertinente la manera como Deleuze plantea el uso de cierto tipo de umbrales con el ánimo de movilizar alternativamente algún tipo de saber

“El saber no es ciencia ni siquiera conocimiento; tiene por objeto las multiplicidades precedentemente definidas [...] Más bien preguntamos si no existen umbrales, por ejemplo, estéticos, que movilizan un saber en otra dirección que la de una ciencia, y que permitirían definir un texto literario, o una obra pictórica, en las prácticas discursivas a las que pertenecen. O incluso umbrales éticos, umbrales políticos: se demostraría cómo prohibiciones, exclusiones, límites, libertades, transgresiones están ‘vinculados a una determinada práctica discursiva’, en relación con medios no discursivos y son más o menos aptos para acercarse a un umbral revolucionario”. (Deleuze 1987, 46)

Para el propósito de esta investigación se abordaran las organizaciones ‘Calzado Jhorbam’ y ‘Calzado Yara Aristizábal’ de manera desacralizada, como un lugar en donde se construye conocimiento creativo, que se manifiesta en decisiones, negociaciones, estrategias, Zapatos Drag Queen, etc., todos estos hechos, usando la misma estrategia que desarrollan Shapin y Schaffer (2005: 74), cuando refieren que si uno deseaba producir auténtico conocimiento experimental -hechos- debía estar en ese espacio y trabajar con los otros. Si se quería observar los nuevos fenómenos creados por estas máquinas, se debía estar en ese espacio y verlos con los demás. El fenómeno no era visible para todos. El laboratorio era, por lo tanto, un espacio disciplinado, donde las prácticas experimentales, discursivas y sociales eran colectivamente controlados por miembros competentes. En este sentido el laboratorio era un lugar para generar auténtico conocimiento mejor que el espacio exterior donde sólo se podían hacer simples observaciones de la naturaleza. Tomando como referencia el carácter de los umbrales descritos con anterioridad, se plantean una serie de decisiones que tomo frente al abordaje de la creatividad como problema de investigación, iniciando por la acción de relacionar el conocimiento con la creatividad, siguiendo con acciones como demarcar, entre otras.

1.3 Acciones

A continuación, se detallan algunas acciones fundacionales para el proyecto, destacamos: la creatividad como conocimiento, demarcación y situación, la contingencia del conocimiento creativo situado, conocimiento creativo como constructo social, redes y negociación.

1.3.1 La creatividad como Conocimiento

Vincular la creatividad al conocimiento no es la primera vez que se realiza, ya con anterioridad, la relación se fundamenta en la integración con un concepto tan estructurado de manera detallada en los estudios de la ciencia y la tecnología. Desde las ciencias de la cognición y más específicamente a partir de la psicología Gardner (2008) emplea una estrategia similar al relacionar inteligencia con creatividad, seguramente porque es menos complicado realizar validaciones a partir del conocimiento, que a partir de la misma creatividad. Es de esta manera que en adelante se procura hablar de conocimiento creativo, para referirnos a la creatividad. Reflexiones iniciales en torno al conocimiento, se determinan cuando Berger y Luckmann (2008: 11), habla de la “realidad” y el “conocimiento”, de tal manera que realidad es entendida, “como una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos ‘hacerlos desaparecer’)” y mientras que ‘conocimiento’ como “la certidumbre de que los fenómenos son reales y de que poseen características específicas”. En Polanyi (1966: 10), el conocimiento adquiere dos connotaciones

“El conocimiento humano es de dos tipos: Lo que describe habitualmente como conocimiento, escrito en palabras o diagramas o fórmulas matemáticas, es sólo un tipo de conocimiento; existe otra forma de conocimiento que es el conocimiento no formulado, como el que tenemos de una cosa en el momento de actuar. Si llamamos al primero conocimiento explícito y al segundo conocimiento tácito.” (Polanyi 1966, 10)

En Fleck (1986: 89), conocer representa la actividad más condicionada socialmente de la persona y el conocimiento es la creación social por excelencia. Los pensamientos circulan de individuo a individuo, transformándose cada vez un poco, pues cada individuo establece diferentes relaciones con ellos. En este sentido estricto, el receptor no entiende nunca el pensamiento en la misma manera que el emisor intentaba que lo entendiera. Después de una serie de tales transformaciones no queda prácticamente nada del contenido original. Después de una serie de recorridos dentro de la comunidad el conocimiento suele volver, a menudo esencialmente cambiado, a su primer autor, y éste también lo ve entonces de

forma completamente distinta. Una manera de construir conocimiento se puede dar, ya sea al interior de la MiPyme 'Calzado Yara Aristizábal' o de un laboratorio que es el caso que aborda Shapin y Schaffer (2005: 53), "los procedimientos experimentales de Boyle al interior del laboratorio eran considerados capaces de producir conocimiento y, en particular, la variedad de conocimientos llamada 'hechos'. Es así como, la solidez y la permanencia de los hechos reside en la ausencia de agencia humana en su aparición. Los agentes humanos producen teorías e interpretaciones y por lo tanto pueden deshacerlos. Pero los hechos son vistos como 'espejos de la naturaleza'". (54). Fleck (1986: 70), considera un hecho, "lo fijo, lo permanente y lo independiente de la opinión subjetiva del investigador, contrapuesto a la transitoriedad de las teorías. Es la meta de todas las ciencias, La crítica de los métodos para establecerlos constituye el objeto de la teoría del conocimiento". (43). Al contemplar el desarrollo de muchos hechos científicos sólidamente establecidos, vemos que se encuentran unidos, por unos innegables vínculos, a proto ideas o preideas precientíficas y más o menos brumosas. Es Fleck (1986: 85), quien desarrolla un tipo de epistemología comparativa, "no considera *el conocer* como una relación bilateral entre sujeto y objeto, entre cognoscente y el objeto a conocer. El estado del conocimiento de cada momento tiene que constituir, como factor fundamental para todo nuevo conocimiento, el tercer componente de la relación. De lo contrario, queda sin explicación como puede surgir un sistema de ideas cerrado e impregnado de un estilo y por qué encontramos en el pasado rudimentos de ese saber que, por esa época, no podían estar legitimados por ninguna razón "objetiva" y que permanecían sólo como preideas. Lo ya conocido condiciona la forma y manera del nuevo conocimiento, y este conocer expande, renueva y da sentido nuevo a lo conocido". Para Fleck (1986: 87), "los tres factores que participan en el conocer –el individuo, el colectivo y la realidad objetiva -lo que está por conocer- no son algo así como entidades metafísicas; también ellas son investigables, es decir, están relacionadas entre sí de otras maneras. Estas nuevas relaciones consisten en que, por una parte, el colectivo se forma de individuos y, por otra, en que la realidad objetiva se puede descomponer en secuencias históricas de ideas pertenecientes al colectivo. Por eso, se puede eliminar, desde el punto de vista de la epistemología comparativa, un factor o incluso dos. Aunque el colectivo de pensamiento se compone de individuos, no es su simple suma. El individuo no tiene nunca, o casi nunca, consciencia del estilo de pensamiento colectivo, que casi siempre ejerce sobre su pensamiento una coerción absoluta y contra el que es sencillamente impensable una oposición". Quiero centrar la atención en la idea de lo ya conocido y su influencia en lo que

se va a conocer, ya que se rescata un abordaje histórico pero al mismo tiempo acumulativo, aspecto desarrollado por Latour (1992: 210), quien señala que “el conocimiento no puede definirse sin comprender antes lo que significa *adquirir* conocimiento, de modo que el conocimiento, no es algo que pueda describirse por sí mismo o por oposición a la “ignorancia” o a “creencia”, sino únicamente considerando el ciclo entero de acumulación”. Ahora para Berger y Luckmann (2008: 58),

“la acumulación es, por supuesto, selectiva, ya que los campos semánticos determinan qué habrá que retener y qué habrá que ‘olvidar’ de la experiencia total tanto del individuo como de la sociedad. En virtud de esta acumulación se forma un acopio social de conocimiento, que se transmite de generación en generación y está al alcance del individuo en la vida cotidiana. Vivo en el mundo del sentido común de la vida cotidiana equipado con cuerpos específicos de conocimiento. Más aún: sé que los otros comparten al menos parcialmente ese conocimiento, y ellos saben que yo sé”. Berger y Luckmann (2008: 58).

La perspectiva de los estudios sociales de la ciencia, posibilita la caracterización inicial del conocimiento creativo a partir de recorrer: el ethos del conocimiento científico; la identificación de una epistemología comparativa del conocimiento científico; revisar la importancia de ya sea los estilos de pensamiento o paradigmas arraigados en un colectivo o comunidad; repasar la importancia de las selecciones y sus respectivas traducciones a partir de una serie de decisiones y procesos de negociación al interior de la comunidad, esto es, aproximarnos al conocimiento como un constructo social; jerarquizar la importancia de la contingencia en la construcción social del conocimiento. Si revisamos cuantas historias se han tejido y, cuantas puede contar cada uno de los actores que han conformado Calzado Jhorbam y luego Calzado Yara Aristizábal, comprenderíamos una riqueza de historias de vida, de negociaciones, de identificar oportunidades, de grandes y pequeños éxitos, de equivocaciones, de caídas, de crisis. Testimonios valiosos, cuando se miran bajo la lupa del conocimiento socialmente creativo de manera situada. Concentrando el interés en los Zapatos Drag Queen, éstos serán parte de la ‘cadena de hechos’, al interior de la organización Calzado Yara Aristizábal, que explicitarán como se sucede la construcción social del conocimiento creativo. Pero al mismo tiempo, los zapatos servirán para constituir sentido, comprendiendo las dinámicas de la organización. Tomando como referencia el aporte desde la sociología de Bloor, citado por Woolgar, (1991: 65), analiza estructuralmente al conocimiento, a partir de cuatro exigencias fundamentales para el desarrollo de lo que denomino un “programa fuerte”: 1) **Causalidad**. El fin de abordar la creatividad como objeto de conocimiento será discernir qué condiciones producen las creencias o estados de conocimiento o hechos creativos al interior de la MiPyme ‘Calzado Yara Aristizábal’. Las condiciones podrían ser psicológicas, económicas, políticas o

históricas además de las sociales. 2) **Imparcialidad**. El conocimiento creativo como objeto de investigación no debería proponerse objetos de estudio según la verdad o falsedad, racionalidad e irracionalidad o el éxito o fracaso que se perciba de ellos. El énfasis debe ponerse en el hecho de que la verdad, la falsedad, etc., se perciban como tales. Estas determinaciones y sobre todo el éxito de supervivencia de algunas MiPymes en un contexto tan competitivo, como determinación de lo creativo deben ser entendidos como el resultado de un proceso social y, por ello, forman parte del fenómeno a estudiar. 3) **Simetría**. Instalados en la organización 'Calzado Yara Aristizábal', en el barrio Restrepo, en la cadena sectorial, en las políticas, como objeto de estudio que posibilitan y agencian creatividad. Sobre todo, a la luz de las estrategias utilizadas en la MiPyme, para mantenerse a lo largo de 40 años. Para el estudio se debe extender el principio de simetría para entender, que la red de actores está compuesta además de los actores humanos, de actores no humanos que poseen también capacidad de agencia. 4) **Reflexividad**. En términos del conocimiento creativo, y a partir de la frontera de: conceptos, objetos, acciones, sus características identificadas gracias al estudio servirán de referencia para ampliar el límite de conocimiento en términos de las relaciones de los diversos estratos identificados de creatividad al interior de una *organización* o MiPymes, de tal manera que los hallazgos puedan ser de utilidad para la recontextualización, aplicación y divulgación, en diversas instituciones (escuela, centros de cálculo, gremios, asociaciones, Pymes y MiPymes, entre otras).

1.3.2 Demarcación y Situación

¿Existe alguna diferencia entre las soluciones creativas que se construyen en los laboratorios, institutos, escuelas, centros de cálculo de las soluciones denominadas 'creativas' construidas en otros contextos? ¿Solamente podemos hablar de creatividad en términos formales? En caso contrario ¿Existe alguna manera de diferenciar o demarcar estos abordajes creativos? Estas son algunas de las inquietudes que caracterizan este trabajo investigativo. Una primera aproximación a la demarcación hace referencia a su historia accidentada

"La búsqueda filosófica de un criterio de demarcación es más bien una historia accidentada. Se ha mantenido que lo que distingue a la ciencia son sus resultados, aunque últimamente, se ha afirmado que es su metodología lo que la distingue. Pero, incluso el acuerdo sobre este último punto comporta considerables diferencias sobre lo que es exactamente la metodología de la ciencia. El principio de verificación se propuso en la década de los cincuenta como aquel aspecto metodológico que permitía distinguir entre ciencia y no ciencia (...) Pero este principio tuvo que vérselas con algunos problemas,

en especial, con el problema lógico de la inducción: aunque las pruebas de verificación podían aplicarse a cualquier generalización que se deseara, el estatus de ésta resultaba siempre incierto, pues cualquier observación posterior podía contradecirla (...) La solución de Popper fue proponer el principio de falsación". (Woolgar 1991, 24)

Es importante comprender a Gieryn (1983) y su análisis del proceso de demarcación de la ciencia, parafraseándolo en términos de la creatividad: realizar un análisis del proceso de demarcación de la creatividad como procesos retóricos y no como procesos de descubrimiento de esencias de la creatividad y sus fronteras. Punto fundamental de la aproximación metodológica, por medio de un estudio de caso, vía la elaboración de una etnografía, de tal manera que no es mi interés aproximarme al estudio con algún tipo de esencialismo del conocimiento creativo, sino más bien estudiar cómo en diferentes momentos y contextos determinados actores han participado en una empresa colectiva de producir, negociar y aun imponer modos de definir las diferencias y trazar las fronteras entre estos dos tipos de actividades. Así la demarcación de la creatividad se puede entender más como una actuación política situada y no como parte de definiciones filosóficas o conceptuales abstractas. La profesora y socióloga Restrepo Forero (2007), aborda la demarcación cuando

"no se trata de concebir los procesos de diferenciación como fenómenos que ocurren en las instituciones por el simple crecimiento y densidad de las relaciones, sino procesos de demarcación que entrañan la participación de diversos actores, instituciones y agencias en un conjunto de acciones discursivas de producción de maneras de diferenciar. Se trata de un esfuerzo activo de creación de fronteras y de divisiones de competencias que involucran maneras de clasificar y jerarquizar; de producir definiciones normativas sobre prácticas apropiadas, obligaciones, actores relevantes, espacios legítimos, tópicos, métodos y contenidos adecuados". Restrepo Forero (2007: 243).

Con el fin de examinar los cambios sustantivos en las demarcaciones ideológicas de ciencia y religión, Gieryn analiza también el contenido discursivo del debate y no sólo el contexto retórico en que se inicia. No obstante, éste es fundamental para entender las posiciones que los actores pueden adoptar tanto en sus definiciones de ciencia, como en la definición de sus relaciones con la religión. Como señala Gieryn (1983: 261), también otros elementos más contingentes pudieron desempeñar un papel en la forma que adquirieron los debates. Siguiendo con Restrepo Forero (2007: 266) cuando revisa la diferenciación entre ciencia y religión, la frontera entre conocimiento y creencia no es una frontera fija, sino una que se debe sostener y reparar constantemente. Las relaciones asimétricas de acuerdo con las cuales el criterio de unos (los científicos) cuenta más que el de otros (el público lego) dependen de los recursos con que se cuenta para disenter, lo que se puede movilizar para oponerse. La frontera entre ciencia y religión, al ser una frontera móvil, está en proceso constante de definición, y no es tan seguro como pareciera

en principio en dónde habrá de definirse. (260). Examinar las diferencias, en términos de frontera, entre las creatividades implica la aceptación que la diferenciación es un *proceso social*, o como se ha referido aquí con anterioridad que se construye socialmente, *cambiante* cuando se aborda históricamente en función de las acciones negociadas de los actores en una red de análisis crítico del tipo socio – creativa localizada en unas MiPymes. Es en este contexto en donde se pretende reconocer una serie de conocimientos, de experiencias que están invisibilizadas, que no se conocen por parte de las universidades, gremios, asociaciones, laboratorios, centros de cálculo, institutos, etc., es un tipo de conocimiento poco valorado, producido para ser invisible. Conocimientos que no son reconocidos como ‘conocimiento científico’, ya que no es producido al interior de las instituciones formales. Lo que muchas veces se olvida es que este conocimiento de resistencia es válido, porque es un conocimiento que orienta y organiza, creativamente hablando, las prácticas sociales, la vida cotidiana de muchas personas. Paradójicamente allí en una MiPyme, se suceden una serie de situaciones, de experiencias, de crisis -el sentido común, los saberes locales o prácticos, los saberes oportunistas, las creencias- que arrojan luces de cómo se construye socialmente el conocimiento creativo, una especie de ‘creatividad de las emergencias’, explicado a partir del diseño y desarrollo de los Zapatos Drag Queen. Sobre la misma línea de, de Sousa Santos (2011), “este tipo de conocimiento marginal brindará luces y amplificará el sentido de las innovaciones que tienen lugar en el sur global, no cómo cosas exóticas que no tienen interés, o que son solamente de interés local, sino como emergencias de cosas nuevas, lo cual consolida una *sociología de las emergencias*”.

A partir de ciertos acuerdos con la profesora y directora Olga Restrepo, llegamos al concepto de la *creatividad situada*, como un fenómeno que ocurre en un determinado lugar, y que tiene sentido en relación con ese lugar, es decir que tiene éxito, porque la creatividad, siempre está relacionada con alguna clase de éxito. ¿Qué clase de éxito es? Eso depende de los ambientes, de los espacios, en donde se da. La creatividad es otra manera de decir que se pudo resolver un problema de manera adecuada, y lo ‘adecuado’ siempre está determinando ciertas necesidades particulares del problema que se quiere resolver, la situación por la que está pasando espacio - temporalmente, al lugar donde se hace la evaluación, entre otras. Es así, que se trabajará con la industria nacional colombiana, de la cual se selecciona la cadena del cuero calzado y la marroquinería. Se detallarán unas MiPymes, que han logrado mantenerse en el mercado por espacio de 40 años, ubicada en

el barrio Restrepo, al sur de la ciudad de Bogotá llamada, *Calzado Yara Aristizábal*, antes denominada Calzado Jhorbam. De toda la línea de productos que diseñan y elaboran allí, centraremos la atención en los Zapatos Drag Queen. En este contexto se realizará un estudio de caso. Los Zapatos Drag Queen son circunstanciales. Son el medio por el cual pretendo abordar la recontextualización de la creatividad en esta MiPyme. Los Zapatos Drag Queen permiten visibilizar los procesos de construcción social de conocimiento creativo desde la cotidianidad de la informalidad de una pequeña organización. Para nuestro caso este tipo de pequeña organización industrial – MiPyme, será el escenario de recontextualización del conocimiento creativo. ¡Se le tiene! ¡A la medida!, el oportunismo, entre otros, harán parte del repertorio retórico y de las estrategias en otros contextos. Está en la misma línea dinámica de localizar – deslocalizar, propuesta por Ashmore y Restrepo, (2014: 13), en términos generales se puede *localizar* geográficamente, por ejemplo, la MiPyme en donde se diseña y producen los Zapatos Drag Queen, en el barrio Restrepo, sector tradicional del calzado al sur de la ciudad de Bogotá. Pero a la vez *deslocaliza* al señalar ese dispositivo específico de consagración para universalizar, como es el estilo Drag Queen. Un trabajo que se hace en un lugar particular, pero que llega a no pertenecer a un lugar a medida que se universaliza.

1.3.3 La Contingencia del Conocimiento creativo situado

¿Qué es lo que quieren ser los Zapatos Drag Queen? Los Zapatos Drag Queen, serán la metáfora de ensamblado, una aproximación al problema de la construcción social de conocimiento creativo, relativo a los actores, sus intereses, sus estrategias, sus procesos de negociación, al carácter de los espacios y las temporalidades al interior de la MiPyme, pero también a las relaciones que tiene esta pequeña organización con los demás almacenes taller de calzado del Barrio Restrepo, relaciones con los actores de la cadena productiva del cuero calzado y la marroquinería, pasando la relación con los gremios, asociaciones, por normatividad, políticas. A todo esto, es lo que denomino el ensamblado y lo que condiciona, que cuando se realiza el trabajo de campo, en términos etnográficos, los hallazgos tendrán un carácter particular, referido a las condiciones analizadas. De tal manera que los Zapatos Drag Queen como respuesta a esta condición contingente serán de una forma estética y técnica referida a estas condiciones. Para otras condiciones espacio temporales, los Zapatos Drag Queen serían concebidos y desarrollados de manera diferente. Los zapatos Drag Queen podrán ser estructurados en términos de *varios*

órdenes o niveles de selectividad. Esa complejidad de las construcciones respecto de las selecciones que llevan incorporadas, dado que parecen sugerir que es improbable que los procesos de construcción social del conocimiento creativo puedan ser reproducidos de la misma manera en circunstancias diferentes. Los Zapatos Drag Queen se caracterizan por varios niveles de selección, de tal manera que para el estudio de caso la respuesta fue así, pudo ser de otra manera, pero las diversas circunstancias del contexto favorecieron este tipo de respuesta. Para Knorr Cetina (2005: 65), “parece improbable que el proceso pueda repetirse, a menos que la mayoría de las selecciones o estén fijadas o se hagan de un modo similar. Tomar esas selecciones como producto de la coocurrencia e interacción de factores cuyo impacto y relevancia se constituyen en un tiempo y lugar dados”. (70).

Revisar entonces la contingencia de la construcción social del conocimiento en una pequeñísima organización industrial – MiPymes analizada como colectivo organizacional, implicará caracterizar la legitimidad de su *estilo de pensamiento*, y del hecho que no se fundaba en su carácter de verdad intrínseca, sino que estaba dada por la creencia – siempre contingente- de una comunidad. La contingencia tiene que ver con la naturaleza de las respuestas situadas o localizadas, ya sea de las personas o de las organizaciones, para condiciones: socioculturales, económicas, políticas, tecnológicas, geográficas, cronológicas, entre otras.

1.3.4 Conocimiento Creativo como constructo social

“En representación de las teorías de W. Thomas, P. Berger, E. Goffman, H. Becker, y otros, el construccionismo social hace una aproximación a la identidad y rechaza cualquier categoría que establece características esenciales o centrales como propiedad única de los miembros de un colectivo. Desde esta perspectiva, cada colectivo se convierte en un artefacto social – una entidad moldeada, refabricada, y movilizada de acuerdo con los centros de poder y culturales reinantes”. (F. Dubet 2010)

Fiel a la idea que lo creativo no es propiedad de algunos ‘elegidos’ y que a cambio es necesario ampliar su comprensión, no solamente a un contexto en particular, a un objeto en cuestión, y la posible existencia de una red socio-creativa que se va construyendo a medida que se van sucediendo hechos sociales, con cada una de las negociaciones entre las partes de la MiPyme. Ahí es dónde, podremos identificar cómo se va consolidando constructivamente, algún tipo de conocimiento creativo. Lo que constituye el núcleo de la discusión es este punto, no solamente es el proceso de construcción de conocimiento, sino además el proceso de construcción del sentido en la MiPyme. De tal manera que es necesario ingresar a los lugares donde el conocimiento resulta efectivamente producido.

Parafraseándolo en términos de Kreimer (2005: 25), se trata de abrir la caja negra de la creatividad: es necesario mostrar los procesos que ponen en relación las dimensiones sociales con los contenidos específicos de los conocimientos (los aspectos técnicos y cognitivos) para dejar de considerarlos como universos separados. Pero, además, para mostrar su contenido y ponerlo en relación con el contexto (social, institucional, político, cultural) en el cual se inserta. (27). De igual manera que a Latour y Woolgar (1995: 41), les interesa la construcción social del conocimiento científico en la medida en que ésta presta atención a los procesos mediante los que los científicos dan sentido a sus observaciones. El conocimiento es así o si no, no habría apropiación. La apropiación tiene que ver con darle sentido, con encontrar sentido, en donde a primera vista no parezca tan evidente. Hay que encontrarle sentido a lo que se está haciendo, y sentido adecuado. Los hechos sociales servirán de puente para comprender cómo se construye el conocimiento creativo al interior de la MiPyme, ya que como lo refiere Berger y Luckmann (2008: 33), citando a Durkheim que 'la regla primera y fundamental es: Considerar los hechos sociales como cosas'. En términos de Kreimer (2005: 20) "en ese proceso de construcción no hay un recurso a la naturaleza, sino a las relaciones sociales y, sobre todo, a las estrategias de los actores, quienes intentan imponer su perspectiva a los otros actores y, para ello, buscan conformar una alianza que sea más poderosa que quienes se oponen a ellos. Luego, pero sólo después de que una controversia está resuelta, un hecho adquiere la fuerza de un enunciado indiscutible y, entonces, el mundo natural resulta representado por ese enunciado. Nunca, es decir, la naturaleza no tiene nada que ver durante un proceso de desarrollo de un enunciado". De tal manera que el conocimiento, ya "no será considerado resultado 'natural' de un trabajo organizado a partir del uso de ciertos métodos racionales, acumulado indefinidamente para proveer al progreso de la sociedad, legitimado en una comunidad científica autónoma y articulada por normas de alto acatamiento y consenso, donde prevalece la cooperación por sobre los conflictos y la competencia. Por el contrario, el conocimiento será bajado abruptamente del santuario en el que había estado depositado, y será asimilado por la mayor parte de los sociólogos al rango de creencia y, como tal, comparable —en sus versiones más radicales— con cualquier otra creencia social. Así, el conocimiento es concebido como el resultado de relaciones sociales que deben ser explicadas, con prescindencia del valor de verdad que las creencias tengan". (17). En otras palabras, el conocimiento como un constructo social, en donde la diversidad de visiones de mundo de los actores y colectivos, imprimen dinámicas diferenciales de acción y relación. El psicólogo Jerome Bruner (1999: 78) examina las relaciones, entre actores,

cuando asevera que “casi todos nuestros acercamientos al mundo están mediados por la negociación con otros”, además introduce el concepto *transacción(es)* al referirse a esos “tratos que se basan en una serie de supuestos y creencias comunes respecto del mundo, el funcionamiento de la mente, las cosas de que somos capaces y la manera de realizar la comunicación”. (67). Frente a la diversidad de mundos tanto de actores como de colectivos, ¿De qué manera establecen relación? La respuesta la encontramos en la observación de Kreimer (2005) quien citando a Karin Knorr Cetina recurre al concepto que es utilizado por muchos autores constructivistas, el de negociación. Aspecto que se desarrollará, más adelante, como componente de las redes.

La apuesta se realiza a partir de que el conocimiento es construible socialmente. En este sentido Knorr Cetina (2005: 60), nos aproxima a esa característica cuando considera que la investigación científica tiene un perfil más constructivo y no tanto descriptivo, para ella los productos científicos son altamente contruidos internamente en términos de la selectividad que incorporan. Estudiar la investigación científica es, entonces, estudiar el proceso por el cual se efectúan las respectivas selecciones.

“Los productos de la ciencia son construcciones contextualmente específicas que llevan las marcas de la contingencia situacional y de la estructura de intereses del proceso por el cual son generados, y que no pueden ser comprendidos adecuadamente sin un análisis de su construcción. Esto significa que lo que ocurre en el proceso de construcción no es irrelevante para los productos que obtenemos. También significa ver los productos de la ciencia como sumamente estructurados internamente mediante los procesos de producción”. (Knorr Cetina 2005, 60)

Siguiendo la línea de Knorr Cetina (2005: 124), quien utiliza como excusa al espacio de los laboratorios para dar cuenta de *dispositivos culturales* complejos, que exceden largamente el espacio restringido de los laboratorios. Además, para ella la construcción de un conocimiento supone atender, una serie de decisiones y negociaciones, esto es, exige sostenidamente que se hagan selecciones. Las selecciones, a su vez, sólo pueden hacerse sobre la base de otras selecciones. En otras palabras, las selecciones deben ser traducidas⁶ a nuevas selecciones. En Latour (2007: 370), la traducción es un proceso por

⁶ Knorr Cetina en 2005, citando a Callon ha ilustrado cómo, en relación con la información, la relación entre oferta y demanda puede verse como una operación simbólica de traducción (Serres, 1974) que transforma una particular definición de un problema en otra particular enunciación del problema. Por ejemplo, el problema de reducir el smog urbano puede ser traducido al problema de reducir la cantidad de plomo en la nafta o de transformar el área afectada en una zona peatonal (...) Este tipo de traducción es visto como una característica inherente de la toma de decisiones (...) Nos permite percibir los productos científicos como internamente

el cual una entidad se combina con otra, modificándose en el propio acto de encuentro, posibilitando la emergencia de una nueva entidad. La traducción envuelve alianzas, conflictos y rupturas. La traducción en términos de Latour refiere a desplazamientos entre actores cuya mediación es indispensable para que ocurra cualquier acción. Las cadenas de traducción refieren al trabajo mediante el cual los actores transforman sus intereses. La palabra traducción se refiere a todos los desplazamientos que se verifican a través de actores cuya mediación es indispensable para que ocurra cualquier acción. En vez de una oposición rígida entre el 'contexto' y el 'contenido', las cadenas de traducciones se refieren al trabajo mediante el que los actores modifican, desplazan y trasladan sus distintos y contrapuestos intereses.

“El laboratorio es un espacio donde se ‘perfecciona’ el orden natural, pero también un lugar donde se ‘actualiza’ el orden social, éste último no puede, por lo tanto, ser pensado como una ‘invariante’ que influye en lo que ocurre en diversos espacios sociales (como el laboratorio), sino que se trata de un orden cambiante y en permanente tensión en cada espacio ‘local’. Por ello, el laboratorio, como espacio social de reconstrucción (y de producción de sentido), ofrece un sitio de observación privilegiado para dar cuenta de estas complejas dinámicas sociales”. (Kreimer 2005, 29)

A partir de la fabricación del conocimiento, lo situado favorece que se conciba el conocimiento, como el resultado de relaciones sociales que deben ser explicadas: Knorr Cetina (2005), analiza desde la perspectiva constructivista, dirigida hacia cómo se producen objetos cognitivos en el laboratorio. Analiza la ciencia como cultura, las relaciones entre investigación de laboratorio (prácticas científicas) y modos de organización social, los diferentes roles que asumen los científicos y los técnicos en sus lugares de trabajo, el modo en que negocian con otros actores sociales. De otra parte, Latour y Woolgar (1995: 262), contribuyen cuando consideran que la construcción se refiere al lento trabajo artesanal práctico por el que se sobre imponen ciertas *inscripciones*, se defienden o rechazan. Además, resalta que la diferencia entre hechos y artefactos no debe ser el punto de partida del estudio de la actividad científica; en cambio, un enunciado se puede transformar en un objeto, o un hecho, en un artefacto mediante operaciones prácticas. Rasgo importante de la construcción de un hecho es el proceso mediante el que desaparecen los factores ‘sociales’, una vez se establece el hecho. (31).

construidos, no solo con respecto al compuesto de selecciones de laboratorio que dan origen al producto, sino también con respecto a las traducciones incorporadas dentro de esas selecciones.

1.3.5 Redes y Negociación

Como iniciar un proceso de reconstrucción de la imagen dinámica de la construcción de conocimiento creativo al interior de 'Calzado Yara Aristizábal', una primera decisión recae en aceptar la existencia de actores humanos y no humanos que interactúan de manera negociada entre sí. Kreimer (2005: 36) citando a Knorr Cetina, refiere como ella recurre a un concepto que es utilizado por muchos autores constructivistas, el de negociación. El objeto de la negociación no es, por cierto, lo que se va a definir socialmente como verdadero, sino que es una forma de leer la puesta en práctica de las relaciones de poder, para mostrar el carácter socialmente construido de las reglas de experimentación. De este modo, las reglas no aparecen como la 'natural adecuación' a un siempre válido 'método científico', que constituía el núcleo duro del conocimiento como descubrimiento de las verdades ocultas, sino que son el producto de relaciones de fuerza, de negociaciones (debería agregar, también de sumisiones y de imposiciones). El marco de las negociaciones es la red. La red como una estrategia devenida desde la tecnología. Cada vez que se hace referencia al carácter socio técnico de la red, se están integrando dos entidades equivalentes, dos esferas de existencia independientes y que trascienden la representación determinística de una representación analítica – estructural. Para Thomas (2008: 219). El abordaje socio técnico posibilita una perspectiva, en donde lo tecnológico, lo social, lo económico y lo científico no han de marcar diferencia ya que presupone imposible e inconveniente realizar este tipo de distinciones a priori; más bien propone el uso de la metáfora 'tejido sin costuras' (seamless web). 'El tejido de una sociedad moderna no está hecho de distintas piezas científicas, económicas, tecnológicas o sociales. Esos 'dobletes' pueden ser vistos como hechos por los actores o por los analistas'. El abordaje socio técnico me evoca la apuesta que realiza Susan Morss-Buck (2011: 319) acerca de la mirada estereoscópica

"Mirar por telescopio el pasado a través del presente; no es que el pasado arroje su luz sobre el presente o el presente su luz sobre el pasado, sino que la imagen (dialéctica) el pasado se une al presente en una constelación (...) El estereoscopio, instrumento creador de imágenes tridimensionales, no trabajaba a partir de una sola imagen, sino de dos" (Morss-Buck 2011, 319)

La naturaleza de las negociaciones, inmersas en el carácter estereoscópico de lo social y la creatividad, serán un insumo invaluable tanto en la descripción, como del análisis de las dinámicas que consolidan la construcción de conocimiento creativo. Ahora también tener en consideración que dichas dinámicas pueden también ser descritas como redes, sobre todo para Bijker, Hughes y Pinch (1989: 9) quienes plantean que, "muchos ingenieros,

inventores, administradores, e intelectuales en el siglo veinte, especialmente en las tempranas décadas crearon síntesis o redes continuas o constantes. Los grandes sistemas tecnológicos, utilizaron redes, la confianza, carteles y la propiedad de las compañías, para evidenciar sus aspiraciones de integración y control". Pinch, Bijker, Hughes, y Callon buscan un lenguaje para expresar los conceptos y sus nuevas comprensiones sobre el cambio tecnológico. En adición a la red continua, sistemas, actores, redes, cierre, estabilización y el constructivismo social, ellos exploran los cambios conservadores y los radicales, equilibrios o desequilibrios, translación, heterogeneidad y sitios investigados en el desarrollo de sistemas tecnológicos. Hughes cree en los ajenos o forasteros de los grupos, para crear una invención radical, esta debe iniciar sin el soporte de una organización sustancial. Las invenciones radicales son frecuentemente reprimidas por las organizaciones que las consideran una amenaza a la tecnología que ellos apoyan. Pero las invenciones radicales son frecuentemente generadoras de nuevos sistemas. (13). Para usar el lenguaje de Hughes – y el enfoque de Edison- cada componente en el sistema ha de ser diseñado para interactuar armoniosamente con las características de los otros. Callon y Hughes hablan como uno, cuando insisten que la organización además de los artefactos físicos han de ser inventadas por sistemas y actor – mundo. Si existe una organización de artefactos que han de ser usados entonces ellos deben ser traducidos. Callon, sin embargo, resalta como se dificulta esto, una vez que la traducción ha sido hecha para fijar o para estabilizar esto. Los actores heterogéneos en la red tienden a revertir sus anteriores roles o toman otros, y así la red o el sistema se deteriora o avería. Esas fallas deberían, Pinch y Bijker lo creen, ser mucho más interesantes para historiadores y sociólogos de la tecnología como las historias exitosas. (14). Interesante además el abordaje de Schwartz Cowan (1989) desde

“La prescripción centrada sobre el actual cliente potencial de un artefacto e imaginando al cliente como una persona integrada en una red de relaciones sociales que limita y controla las elecciones tecnológicas que ella o el son capaces de fabricar. El concepto de red que yo utilizo es similar al definido por John Law y Michel Callon es - una asociación temporal entre heterogéneos y elementos interactuantes- pero difiere de Law y Callon (y también de Hughes, Bodewitz et al., y Mackenzie y sus contribuciones), en mi esfuerzo no únicamente el lugar del cliente es el centro de la red (en el enlace, nudo, empalme de los clientes), pero también veo la red desde el punto de vista del cliente. Law desea conocer que retienen las redes para ambos; Callon desea conocer porque algunos ingenieros son constructores de red efectivos; Hughes desea comprender como las redes pueden ser construidas; Mackenzie y Bodewitz et al., nos describen las vías en las que los elementos de la red interactúan unos con otros. Estas son investigaciones sobre redes desde dentro; los investigadores están realizando preguntas con las que las personas integradas en la red, que nunca puede que hayan estado preocupados. Mi empresa es un poco diferente. Me enfoco sobre el ‘enlace de los clientes’ el lugar y el tiempo en el que los clientes hace la selección entre tecnologías competitivas, e intento determinar cómo la red puede ser mirada desde un punto de vista contrario, en la que los elementos permanecen fuera igual siendo más importante, más determinante las selecciones, que otras, y que

los caminos parecieran adecuados a seguir y también los que sean peligrosos para contemplar.” Schwartz Cowan (1989: 262).

La negociación y su potencial descripción en una red socio técnica servirá de referencia inicial en el proceso de consolidación investigativo de la naturaleza del problema de la creatividad como objeto de investigación. No es mi interés quedarme en una simple descripción de las dinámicas que acontecen en la cotidianidad de la MiPyme analizada. La reconstrucción de las dinámicas vía las de redes socio – técnicas, es una manera de representar la realidad, lo que me preocupa es que sea la imagen reconstruida como una ‘heterogeneidad coherente’ como lo plantea, de Sousa Santos (2011). En el tránsito de la reconstrucción no se descarta la posibilidad que se invisibilicen aspectos relevantes, como consecuencia de apegarme a ‘discursos oficiales’, en ese avance ineludible aspectos divergentes pueden ser ocultos o desplazados (heterogeneidad de la otredad). Si a esto le sumo, por un lado, que los actores tienen maneras de conocer y proceder diferentes, ante la misma situación, pero operan de manera simultánea, y por el otro, el carácter múltiple de cada actor y por ende el carácter múltiple de los relatos (heterogeneidad de los relatos), pero al mismo tiempo el carácter múltiple de los objetos será necesario crear una manera diferente de describir y analizar las diversas realidades inmersas al interior de la MiPyme. Me alinee a Law (2006), cuando discute la ruptura de la reconstrucción lógica lineal de los mapas, mediante el uso de elementos no – coherentes, la introducción en un mismo plano de una serie de diferentes materiales, entrevistas, fragmentos de relatos, gráficos, fotografías, etc., sin incorporar un sistema de coordenadas preestablecidas para su posterior organización. Law plantea una especie de descentramiento, que puede permitir una oscilación entre la singularidad –percibida por el sentido común y reforzada por los relatos coherentes- y la multiplicidad de los sujetos y objetos reconstruida por el análisis. Incide esto en el carácter del conjunto de narraciones vinculadas parcialmente donde, por ejemplo, los Zapatos Drag Queen, pueden aparecer como objeto a la vez singular y múltiple, susceptibles de ser reconstruidos. Parafraseando a Woolgar (1991: 86) los Zapatos Drag Queen pueden anteceder a la representación, que las prácticas representativas (esto es, el contexto social) son simplemente herramientas pasivas o accesorios que sirven para revelar el carácter de dichas cosas tal y como la mismas son realmente. Lo plantea Mol (2002: 53) y su manera de abordar su objeto de conocimiento

“La ciencia social que este libro moviliza e intenta contribuir no es social en el sentido convencional de la palabra. La historia no se cuenta sobre personas y las relaciones entre éstos, o instituciones y la manera como ellas funcionan, o la sociedad y lo que esta genera en orden social. Mejor una historia acerca de las prácticas. Acerca de los eventos. Y uno no podría incluso querer llamarlo una historia,

porque no hay narrativa continúa suave. En lugar de ello, les presento con bocetos de escenas separadas. Con instantáneas. Ellas se yuxtaponen entre sí a modo de especificación o punto de contraste. Los papeles importantes en estos bocetos son interpretados por las cosas, así como las palabras, manos, así como ojos, tecnologías, así como características organizacionales. Ambos estos ingredientes heterogéneos me permitirán contar sobre la arterioesclerosis. Ni de las causas sociales y las consecuencias de la enfermedad, ni sobre la forma que los pacientes, médicos y cualquier otro involucrado". (Mol 2002, 53)

Para lograr la reconstrucción de las diversas vivencias al interior de la MiPyme, propongo entonces el uso de un rizoma (en términos definidos por Deleuze) a cambio de red. ¿Por qué no hablar de rizoma socio creativo? Aspecto que desarrollaré más adelante, en otro capítulo.

1.4 Legitimidades

¿Existe algún tipo de creatividad que sea mejor que otra? Creo que esa no es la pregunta adecuada. Más bien instalados desde la diferenciación, entre las diversas maneras de construir conocimiento creativo: una devenida desde lo formal y otra devenida a partir de la informalidad (informalidad a ojos de quienes habitan la formalidad). La pregunta debe estar en términos tales, que pueda arrojar sentido en torno a de qué manera este tipo de MiPymes han podido mantenerse por más de 40 años. Necesariamente han de ser muy creativos, para sortear dignamente tanto tropiezo, tanta crisis y seguir manteniendo una calidad tanto en su servicio, como en los productos que desarrolla y comercializa. Kreimer (2005: 16) citando a Kuhn, refiere que las fuentes de legitimidad no podían ser ya ajenas al análisis sociológico, pues la legitimidad de un paradigma no se fundaba en su carácter de verdad intrínseca, sino que estaba dada por la creencia –siempre contingente- de una comunidad científica en su validez. Bruner (1999) nos orienta acerca de la diversidad que encierra el pensamiento y los principios funcionales y sus criterios de validación.

“Hay dos modalidades de funcionamiento cognitivo, dos modalidades de pensamiento y cada una de ellas brinda modos característicos de ordenar la experiencia, de construir la realidad. Las dos (si bien son complementarias) son irreductibles entre sí. Los intentos de reducir una modalidad a la otra o de ignorar una a expensas de la otra hacen perder inevitablemente la rica diversidad que encierra el pensamiento. Estas dos maneras de conocer tienen principios funcionales propios y sus propios criterios de corrección. Difieren fundamentalmente en sus procesos de verificación. {...} En uno la verificación se realiza mediante procedimientos que permiten establecer una prueba formal y empírica. En el otro no se establece la verdad sino la verosimilitud. {...} Con una se realiza una búsqueda de verdades universales, con la otra de conexiones probablemente particulares entre dos sucesos”. (Bruner, Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia 1999)

Identifico inicialmente, que la legitimidad se divide en apartados o sustratos, vista desde la etnografía: Son dos posiciones, dos tipos ideales, porque en realidad no puede pensarse, que se hace uno o el otro, estrictamente. Pensando en términos del estudio de caso y más puntualmente a partir de la etnografía realizada, hay dos formas de abordarla, que van conectadas con dos formas de validación. Una que se ha llamado la *validación ética*, y es como una mirada externa del objeto que se está indagando, este abordaje implica una aproximación fundada en marcos, conceptos, teorías, etc., pertinentes a la creatividad. El criterio de validación aquí puede ser, el criterio de validación de la comunidad a la que uno le está hablando, o de los lectores que no pertenezcan a la comunidad que se está indagando, para mi caso en particular la comunidad a la que va dirigido es la del programa académico del Doctorado Industria y Organizaciones, programa que pertenece a la Facultad de Ingeniería, a manera de ejemplo, se puede buscar la validación en la recontextualización de las maneras como se construye conocimiento creativo, en la cotidianidad de la MiPyme. Ese ensamblado de experiencias puede ser analizado, en términos de la creatividad política comprendida como innovación y la innovación traducida en términos de competitividad organizacional. El abordaje investigativo puede servir para comprender porque poco más del 80% de las MiPymes que se fundan en el país, tienden a quebrar en el primer año. 'Algo' tienen que estar haciendo este tipo de MiPymes 'exitosas' que han logrado mantenerse por mucho tiempo, es allí donde se pueden encontrar aportes significativos a la comunidad formalizada, espero resolver este abordaje en el segundo capítulo denominado "Las Crisis Creativas". La otra perspectiva, suele llamarse *validación émica*, que implica que las interpretaciones que se dan, en el trabajo etnográfico, son interpretaciones que se hacen desde los mismos parámetros de interpretación de las personas que se están examinando, entonces el criterio de validación aquí es si lo que yo digo que las personas están haciendo, y porque lo hacen, coincide con lo que las personas dicen acerca de sí mismas. El criterio de validación en este tipo de abordaje etnográfico corresponde a la perspectiva de las personas etnografiadas. O sea que, vía este tipo de abordaje etnográfico, puedo hablar de legitimidad si logro reconstruir como se vivencia la construcción social del conocimiento creativo al interior de la organización – MiPyme, si logro traducir toda la red de negociaciones de los diversos actores, en términos de un discurso que hable del conocimiento creativo. Vía la etnografía se conocerán las acciones, las estrategias de orden creativo que son construidas cotidianamente. Además, se conocerán los diversos 'términos', que la MiPyme utiliza. Cuestiones tales como: ¿Qué es para esas personas el Almacén como organización

política? ¿Qué es para esas personas, que diseñan para esa empresa lo que caracteriza los Zapatos Drag Queen? Nos arrojaran luces sobre cómo se construye socialmente el conocimiento creativo al interior de la MiPyme. Ese comprender posibilita que se pueda caracterizar cómo se están haciendo las cosas en su interior, de esta manera establecer aspectos de diferencia (demarcación) frente a las organizaciones formales establecidas. Comparar para demarcar las formas de trabajo formal con los no formales, allí es dónde se ve la gente es creativa, ya que ante un problema determinado lo resuelven de inmediato y con los recursos que tienen a la mano. Una empresa de estas pequeñas (MiPyme), está igualmente sometida a una cantidad de retos y de situaciones difíciles que tienen que resolver, precisamente porque es pequeña y logran resolver para mantenerse a flote. Las formas de resolver el día a día, o las crisis, incluyen, entre otras: innovaciones o 'maneras de hacer' el tipo de producto que venden o la forma como lo mercadean o la forma como organizan el trabajo para poder mantener su nivel de producción y su nivel de ganancia en la empresa, para mantener la empresa. El mantenerse a flote es una evidencia de cómo se valida la MiPyme en un mercado tan cambiante. Es decir, con pequeñas fluctuaciones en el mercado, que representan oportunidades para mejorar el negocio o que presentan retos muy difíciles de sostener, que están abocados a la competencia, por ejemplo, de los zapatos chinos. Necesariamente tienen que idearse creativamente formas de sobreaguar esa situación, de competir. Sobre todo, esta empresa en particular ha encontrado respuestas muy inteligentes con su diversidad en líneas de calzado para necesidades especiales, hacerse su nicho que no se lo puede quitar la industria de importación del calzado chino. Abordo estos aspectos en un tercer capítulo denominado "La Dispositivación Creativa".

La directriz 'relativista', de la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia, y sus maneras de la validación, en general es un tema social, el conocimiento se valida socialmente. Ahora como estoy haciendo mi propia producción de conocimiento, debo tener en consideración para quien está dirigido, quien lo va a leer, cómo le hablo a esa persona o a esas personas, en términos que, esas personas puedan entender. Cómo combino simétricamente el discurso desde el Diseño, con los discursos aceptados en un doctorado en Ingeniería. ¿Cómo combino los distintos intereses? De modo que esta tesis que se desarrolla pueda ser un aporte al conocimiento en Ingeniería. Esta es una típica pregunta epistemológica, que plantea ¿en qué condiciones este trabajo va a ser considerado adecuado, aceptado, cierto, verdadero, apropiado en este lugar? Pero al

mismo tiempo tiene otro componente epistemológico, está en el trabajo que desarrollo, en cuanto a entender ¿Cómo presentar ese trabajo, en términos aceptables? ¿Qué voy a hacer con este conocimiento? Será la pregunta que se deben hacer en ingeniería, y ese conocimiento ¿Cómo para qué? ¿Qué tan útil? Implica el trabajo de presentarlo ahí, en ese otro lugar y validarlo allí, en ese otro lugar. Implica negociar y presentar, alternativas que muestren que el trabajo puede ser pertinente, ya no para un trabajo de antropología o etnografía, sino un trabajo que pueda dar una dimensión de conocimiento profundo sobre una realidad.

Abordar la legitimidad, implica estructurarla en una especie de niveles, por ejemplo, la validación de *la calidad* del trabajo realizado por calzado Yara Aristizábal a la hora de la entrega al drag de los Zapatos, en las condiciones negociadas. La validación, a partir de *las estrategias*, traducidas a “jugadas”, de la organización política de Calzado Yara Aristizábal para mantenerse por largo tiempo en un mercado tan cambiante. Pero también mi legitimidad conectando con el tema de la creatividad, sobre todo importa, lo que se examina de lo que ellos (Calzado Yara Aristizábal) están haciendo, centrándose en la perspectiva de ellos y en la racionalidad de sus acciones, y la funcionalidad de lo que hacen, para los fines que se han propuesto, en una especie de negociación, con mi propia perspectiva. Por último, el estudio sobre los ‘Umbrales de la Creatividad’ dirige un tipo de ontología hacia sus consecuencias e implicaciones de la construcción social de conocimiento creativo en una MiPyme. Pero también hacia las diferencias que el conocimiento produce en el mundo.

1.5 Limitaciones

- Parfraseando las reflexiones de Latour y Woolgar (1995) cuando abordan, el tránsito del desorden al orden está en referencia a lo que vi (en términos de desorden) tan pronto ingreso a la MiPyme Calzado Yara Aristizábal y se acentúa con la visita al taller ‘desordenado’ de ‘Don José’. Frente al ‘desorden aparente’ una pregunta gira en torno a ¿si podré entender un principio de orden de ese mundo? El principio de orden que uso es un reflejo de cómo concibo el mundo: Pienso que, más que, un principio de orden que impongo a ese mundo observado será más bien, un principio de orden para tratar de entender cómo las personas ordenan ese mundo. Para mi trabajo investigativo, cuando visito a la persona que *construye* los zapatos, ha sido tratando de entender los temas y la organización del trabajo y la

realización del trabajo en los propios términos en que las personas los vivencian y los entienden, aunque nunca voy a poder dejar de lado mi propia manera de entender los asuntos. Cuando voy al taller del constructor y lo encuentro inicialmente caótico, luego viéndolo trabajar, comprendo que no hay tal caos, encuentro que tiene una lógica, una forma de ordenar las cosas de manera particular, que todo está ordenado bajo su lógica para servir a sus fines y a sus formas específicas de trabajo, empiezo a compenetrarme con su mundo. Entonces, siempre habrá una especie de negociación, cierta reflexividad entre lo que experimento en el lugar y lo que cada uno de los actores de la organización vivencia, una comparación necesaria explícita o implícita de la forma cómo en el mundo del diseño, de la ingeniería o de la academia se hacen las cosas en términos de creatividad, y la experiencia cotidiana, de cómo se vivencia la creatividad al interior de la MiPyme. Hay diferencias, porque se tiene necesidades distintas.

- Mi formación como Diseñador Industrial puede convertirse en una especie de resistencia, una de carga, como también pesa mi forma de ver el mundo a través del proyecto en Diseño. Subyace una inquietud en torno a cierto *inconsciente óptico* derivado de mi formación, que filtre de entrada ciertos acentos o divergencias de la realidad observada, es un riesgo del cual soy consciente y lo mantengo latente cada vez que intento describir, analizar o concluir algo, en torno a la Creatividad Situada.
- Las limitaciones derivadas del uso del constructivismo como medio para hallar evidencias del éxito de ciertas creatividades sobre otras, implica no solo poner en evidencia la heterogeneidad de los elementos que intervienen en la construcción del conocimiento y de los Zapatos Drag Queen.
 - La reconstrucción analítica de tales procesos por medio de mapas o redes.
 - Uso de una forma naturalizada de representar lo real –a la manera de un mapa– generando una imagen de heterogeneidad coherente.
 - El proceso de reconstrucción por medio de mapas puede revelar un estado de alta complejidad debido al carácter múltiple de los actores, al carácter múltiple de los Zapatos Drag Queen.
- Situar la creatividad implica que todo adquiere sentido cuando se refiere al contexto de análisis, para nuestro caso ‘Calzado Yara Aristizábal’, lo evidenciado en términos de negociaciones, traducciones, relaciones, estrategias, etc., se han de entender bajo esta perspectiva. Algunos aspectos se podrán recontextualizar, pero

en momento alguno se puede tomar como modelo para generalizar dinámicas, experiencias, situaciones, etc. Es a partir de acuerdos con la directora de la tesis, la profesora Olga Restrepo que llegamos al concepto de la creatividad situada. Como un fenómeno que ocurre en un determinado lugar, y que tiene sentido o no en relación con ese lugar, es decir que tiene éxito, porque la creatividad, siempre está relacionada con alguna clase de éxito. ¿Qué clase de éxito es? Pues eso depende de los ambientes, de los espacios, en donde se da. La creatividad es otra manera de decir que pudo resolver un problema de manera adecuada, pudo desarrollar algo de manera adecuada, y lo 'adecuado' siempre está situado a las necesidades particulares. Al problema que se quiere resolver, a la situación por la que se está pasando, por la que se afronta. Para saber ¿si esta persona es creativa o no es creativa?, tendríamos, más bien que encontrarnos en la situación y la manera de entender, ¿Qué es lo que hace y cómo lo hace?, para resolver un problema.

- Ilustrar cómo se construye socialmente el conocimiento creativo al interior de 'Calzado Yara Aristizábal' o apartes de un caso específico como es el caso del diseño y el desarrollo de los Zapatos Drag Queen, son procesos de producción de conocimiento, creación, organización y de articulación de distintas formas de trabajo para estructurar maneras de producir de una pequeña empresa (MiPyme). La etnografía que se realiza en ese lugar puede aportar para un conocimiento situado, o para la formulación de políticas, o el tipo de cosas que le interesan a los ingenieros y a los evaluadores de políticas. ¿Qué se debe hacer con estas MiPymes o con estas personas? ¿Qué se les debe enseñar? ¿Cómo se pueden potenciar sus capacidades? Pues esa es la negociación que tengo que establecer. Para mostrar el trabajo investigativo apoyado en una etnografía que parecería que viene de un lugar muy ajeno a la ingeniería, de las ciencias sociales, y como puede aportar una mirada que puede ser útil y significativa, para la forma de pensamiento y acción en Ingeniería. Es urgente plantear al menos una mirada en detalle de la empresa, contrastada de una mirada a la cadena sectorial del cuero calzado y la marroquinería. A través de iluminar con mucho detalle cómo es el día a día, como se sobrevive, que dificultades afronta una pequeña empresa, se puede de pronto entender algo de la MiPyme y del sector. No es simplemente extrapolando, sino entendiendo con una dimensión con mucho detalle, el tipo de problemas, el tipo de retos que afrontan.

2. Las Crisis Creativas

“Digamos que para contar todo lo que sucedió en el primer segundo de la historia del universo debería hacer un resumen tan largo que no me bastaría la duración sucesiva del universo con sus millones de siglos pasados y futuros, mientras que toda la historia que vino después podría liquidarla en cinco minutos”. (Calvino 2007, 342)

Cuando encontré por fin el sitio donde está ubicado el almacén – taller “Calzado Yara Aristizábal” en la calle 17 del tradicional ‘barrio de los zapatos’ el Restrepo, al sur de la ciudad de Bogotá, no deja de sorprender lo pequeño tanto de la puerta de acceso, como de su aviso promocional. La fachada de la edificación es de dos plantas, en la primera planta hay una gran puerta que va a otro almacén de zapatos y la vitrina del segundo piso promociona, trajes para ‘quinceañeras’. El acceso al almacén – taller, se ubica al lado derecho de la fachada, en una pequeña puerta. El acceso no supera 1,20 metros de ancho. Tampoco deja de sorprender que la puerta acceso no da directamente al almacén, sino a una escalera, que lo lleva a uno hasta el segundo piso de la edificación. A medida que vamos ascendiendo por las escaleras, nos encontramos con una gran cantidad de modelos de zapatos, dispuestos, organizados casi de manera barroca, a lado y lado en las paredes. Se exhiben zapatos para ‘dama’, zapatos para ‘caballero’, zapatos para ‘payaso’, entre otros. Pero sin lugar a duda, los que más destacan, tanto por tamaño, por colores, por forma son los zapatos para ‘Drag Queen’. El modo como se exhiben los zapatos, la distribución optimizada y a veces estratégica de cada uno de los espacios. Las lógicas tanto particulares como colectivas de acción denotarán la manera como se estructuran e interactúan cada uno de los actores que conforman calzado Yara Aristizábal, esto implica visibilizar: vendedoras (impulsadoras), administradoras, contadores, productores (de planta y satélites); pero al mismo tiempo tener en cuenta las demás MiPymes del sector que pueden ser aliadas y competencia a la vez, los gremios o asociaciones, los productores y distribuidores de materias primas e insumos (cueros, tejidos, accesorios, etc.), los bancos, los prestamistas de dinero en efectivo, el arrendador del local-almacén, en otras palabras todos los actores que constituyen la cadena sectorial del cuero calzado y marroquinería; en otro plano no descuidar las políticas del gobierno nacional o distrital. El encuentro con cada actor que constituye la red de relaciones se hace diversa, teniendo en cuenta la complejidad de cada actor y mi naturaleza como diseñador. Pero esa red de relaciones se afecta en términos de ajuste cada vez que existe algún tipo de crisis, las

crisis son coyunturales, las crisis son traumáticas, pero a la vez de las crisis se derivan respuestas creativas.

2.1 Las Crisis como estilo de Vida.

Las crisis son coyunturales, desequilibrantes, nos introducen a un estado de incertidumbre y se podría adelantar que hacen parte de la naturaleza de las pequeñas organizaciones productivas -MiPymes-, las crisis corroboran que hacer empresa (emprendimiento / spin-off) en Colombia es una batalla que debe librarse a diario, hacen parte del quehacer cotidiano, modelan, ajustan no solamente los comportamientos de las organizaciones sino de las personas que las constituyen, pero al mismo tiempo las crisis dejan lecciones de vida y forjan el carácter creativo de muchos empresarios y empleados, las crisis posibilitan aproximarse a la organización Calzado Jhorbam – Calzado Yara Aristizábal para entender de qué manera se construye socialmente el conocimiento creativo. En la RAE⁷ se caracterizan como “cambio brusco cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o situación o en la manera en que estos son apreciados”. Del análisis de la crisis se deriva que está constituida por tres estados: uno anterior, uno de *transición* y otro *posterior*; en este capítulo se hace referencia a las circunstancias no sólo sociales sino políticas, económicas, tecnológicas, entre otras que derivaron en la crisis, las maneras como las crisis fueron comprendidas y por último la consolidación de estrategias para dar respuesta a la crisis. No es interés instalarse fríamente en los hechos que derivan en las crisis sino también en la manera como impactan en la organización y en las personas. Por ejemplo, al cabo de alguna seguidilla de crisis Doña Teresa tiene que acudir al apoyo de un profesional. Las secuelas de las crisis no necesariamente son físicas, esto mientras Don Manuel Aristizábal (esposo), se refugia en el alcohol, Doña Teresa acude al psiquiatra.

De tantas cosas yo busqué un psiquiatra (...) Allá terminé yo, durante diez años de mi vida. Paralelamente yo empecé a ir y a ver que había otra vida. Que no era esa vida, con ese estrés tan hijoemadre, después de que el doctor murió, empecé otras terapias. Para aprender a vivir. Porque uno está en el estrés, en el dolor de estómago, eso es lo normal lo que la gente siente, vivir así yo no quería. (Aristizabal y Hurtado 2015)

Otro ejemplo lo encontramos con Yara Aristizábal y su intento fallido de sostener un local en la ‘zona rosa’ de Bogotá, incide en su salud

⁷ URL: <http://dle.rae.es/?id=BHwUydm>. Consultado 2018-04-24.

Por ejemplo, yo vivo más tranquila ahora. Hace dos años y medio o tres años creo que fue, monté un almacén de zapatos, en el Norte. Pues me dio parálisis facial, del estrés. (Aristizabal y Hurtado 2015)

En algunas ocasiones el impacto de las crisis se manifiesta de diversas maneras, por ejemplo, Yara recuerda la experiencia de un embargo directamente en el Almacén

Las crisis que se vivieron mi mamá no nos las dejaba percibir, como tan de frente. Crisis recuerdo, por ejemplo, una crisis en los noventas en la que llegaron a embargar a mi mamá, cuando llegaban y se lo llevaban todo. Recuerdo a nosotros recibiendo esas personas con mi hermano y no sabíamos de qué eran, Ya que mi mamá trataba de que no sintiéramos nosotros, tanto, la crisis como tal. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Lo que es Calzado Yara Aristizábal en la actualidad como organización productiva, se lo debe a una serie de crisis, que al cabo de 40 años de existencia en el mercado han ido consolidando un estilo de producción y comercialización de zapatos. La crisis se ha arraigado de tal manera en los empresarios que conforman su estilo de vida, pero además su arraigo en las organizaciones productivas se puede valorar investigativamente en términos de la identificación de algún tipo de *cultura*.

Los Zapatos Drag Queen nacen originalmente en Calzado Jhorbam y se siguen incubando, en la actualidad, en Calzado Yara Aristizábal, ese cambio de denominación responde en parte a una gran crisis sufrida por la MiPyme en el lapso de 2010 a 2012, aspecto que detallaremos más adelante. Casi todos nosotros asociamos las crisis a situaciones con connotaciones negativas, pero los empresarios tienen que aprender a convivir con ellas y proceder contingentemente para solucionarlas, la cultura empresarial implica aceptar la diversidad de las crisis que se presenten y procurar tomar decisiones cuyo impacto sea sostenible en el tiempo. De las crisis queda un aprendizaje, muchas veces doloroso, ese aprendizaje irá consolidando la experiencia y la intuición del mismo empresario. Ahora toda esta atmósfera característica de la cultura empresarial se manifiesta también en el campo complejo de los Zapatos, al tiempo que deviene de un cuestionamiento ¿de qué manera las crisis incidieron en la conformación de una cultura empresarial, al interior de la MiPyme analizada? Entrar a caracterizar primero Calzado Jhorbam y luego Calzado Yara Aristizábal posibilita la consolidación, por un lado, de una excusa análoga a la utilizada por Knorr Cetina (2005: 36) cuando discute sobre el “espacio de los laboratorios para dar cuenta de dispositivos culturales complejos, que exceden largamente el espacio restringido de los laboratorios”. Tanto el colectivo como la ‘organización’, son sujetos sociales con razonamientos y prácticas susceptibles de ser analizados desde diversas lógicas en movimiento, actores y colectivos: oportunistas, estrategas, constructores de prácticas y

retóricas alternativas, potenciales de conocimiento creativo situado. Por otro lado, para el trabajo al interior de la MiPyme, hecho mano del trabajo de Latour y Woolgar (1995: 18) cuando Latour, se convertía en parte del laboratorio, para seguir estrechamente los procesos íntimos y diarios del trabajo científico, al tiempo que seguía siendo un observador 'externo' que estaba 'dentro', una especie de indagación antropológica para estudiar la 'cultura' científica. Hablo entonces, de que yo experimente la naturaleza de la cultura de la MiPyme, pero entendida como entramado social en los términos planteados por Woolgar (1991: 99) cuando se refiere a las creencias, a los conocimientos, a las expectativas, al conjunto de recursos y argumentos, a los aliados y defensores; en resumen, tanto a la totalidad de la cultura local como a las identidades de los diversos participantes. No se trata de que el entramado social ejerza de mediador entre el objeto y el trabajo de observación realizado por los participantes. Más bien es el entramado social el que constituye al objeto (o la ausencia de este). En la misma línea Bruner (1999), relaciona la cultura con 'cadenas asociativas' e 'imágenes de su mundo' que posibilitan vínculos.

"una cuestión menos relacionada con artefactos y proposiciones, reglas, programas esquemáticos o creencias, que con cadenas asociativas e imágenes que dicen qué cosas pueden vincularse razonablemente con qué otras cosas; nosotros llegamos a conocerla mediante cuentos colectivos que sugieren el carácter de coherencia, la probabilidad y el sentido dentro del mundo del actor". (Bruner, Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia. 1999, 75).

Parafraseando a Bruner (1999: 82), en cuanto a que en la medida en que siempre percibimos el mundo desde la distinta posición que ocupamos en él, solo podemos experimentarlo como mundo común en la acción y en el discurso. Sólo actuando y hablando es posible comprender, desde todas las posiciones, cómo es realmente el mundo. El mundo es pues lo que está entre nosotros, lo que nos separa y nos une. Aquellas relaciones negociadas de los diversos mundos estratificados⁸ entre los actores explicitadas a partir de la integración cultura – mundo, son de alto interés para este trabajo ya que serán la circunstancia para consolidar la caracterización de la atmósfera cotidiana de la MiPyme analizada.

⁸ Estratificaciones en términos de Deleuze (1987), 'son formaciones históricas, positividades o empiricidades. 'Capas sedimentarias', hechas de cosas y de palabras, de ver y de hablar, de visible y de decible, de superficies de visibilidad y de campos de legibilidad, de contenidos y de expresiones'. (Deleuze 1987, 75)

Tomando en consideración tanto el carácter de mundo estratificado como la cultura de crisis, es interés de la investigación centrar la atención en las causas que derivaron en las crisis, teniendo siempre presentes los Zapatos Drag Queen como eje de integración. Los Zapatos Drag Queen nacieron originalmente de una serie de crisis, en Calzado Jhorbam y se siguen incubando en la actualidad, en Calzado Yara Aristizábal a raíz de otras crisis. Para lo cual se revisan a continuación detenidamente una serie de aspectos alrededor de Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal.

2.1.1 Llegamos para quedarnos.

“Hasta hoy hemos desarrollado todo solos, hay algo que nos preocupa y es la competencia deshonestas, nos da temor compartir mucha información, después de que uno ha invertido recursos y tiempo en una investigación”. (Cortés Amador y Quintero Campos 2011, 111)

Hablar de Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal es hablar de persistencia que se traduce en el logro de mantenerse vigente por espacio de 40 años, y esto pesa como carta de presentación no solamente comercial e industrial, sino ante los usuarios. El ‘llegamos para quedarnos’ da cuenta de todo un conjunto de experiencias, muchas de las cuales se pueden traducir en términos de crisis ya sean de consecuencias positivas o negativas. Pero también es hablar de la historia de vida de dos emprendedoras, madre e hija: Teresa Hurtado (Doña Teresa) y Yara Aristizábal. Mujeres aguerridas, testarudas y muchas otras cualidades que fueron capaces de sortear con éxito innumerables dificultades, a tal punto que logran mantener la ‘empresa’ familiar abierta hasta el día de hoy. Sostener la empresa no ha sido sencillo, ya que a lo largo de este tiempo se han presentado innumerables situaciones críticas, coyunturales que dan cuenta muchas veces del mercado de los zapatos, de un ambiente altamente competitivo y dinámico. Las crisis siempre han acompañado su devenir diario, crisis de diversos órdenes: económicas, familiares, de organización, tecnológicas, entre otras matizan y modelan sus visiones de mundo. En algunas ocasiones las crisis en las familias se manifiestan por circunstancias políticas que se traducen en desplazamientos como los sucedidos en las décadas de los cincuenta, sesenta y setenta. Tirado Mejía (1998: 329) analiza cómo la violencia, fue un factor que ‘determinó la iniciación de fuertes cambios en las estructuras agrarias, la concentración de la propiedad en ciertas zonas fue una de las consecuencias, pero además la introducción de relaciones capitalistas en el campo, con producción en grande escala para el mercado, también tuvo que ver con los sucesos violentos. Durante la violencia hubo una fuertísima migración a las ciudades y un crecimiento concomitante de ellas, lo que dio base a un

mercado mayor. En Colombia las migraciones eran comunes para la época, se producían a centros urbanos medianos o grandes, que al menos (en el imaginario de los migrantes) podían garantizar cierto tipo seguridad económica y social. Para Urrutia Montoya (1997: 449)

“el descenso de la mortalidad después de 1938 estuvo muy relacionado con la ampliación de los servicios de acueducto y alcantarillado y con el gasto en salud básica, campañas de vacunación, y campañas de control de la malaria. La mayor educación de la mujer y el uso de anticonceptivos también disminuyó la mortalidad infantil. Todo esto llevó a que la tasa bruta de mortalidad infantil descendiera de 212,9 a 53,3 por mil entre 1938 y 1985”.

Ahora, la mejoría continúa Urrutia Montoya (1997: 456), en “la distribución del ingreso debido al avance educativo del país, y al aumento en la cobertura de la educación, pero también al impacto del subsidio de los servicios públicos a las familias más pobres. Sin descuidar la disminución de la mano de obra en el campo originado por el proceso migratorio rural urbano, y a la disminución en la tasa de crecimiento de la población”. Otro factor es debido al modelo de crecimiento colombiano a partir de 1967, a partir de la crisis cambiaria de ese año, la política económica adquirió un mayor sesgo exportador y disminuyó el proteccionismo. Esto fomentó las actividades más intensivas en mano de obra y aceleró la creación de empleo. En los años setenta el país vivió procesos cíclicos acelerados, para Kalmanovitz (1999: 449) “un auge inusitado de la acumulación, seguido de dos recesiones de la demanda. Tales movimientos fueron promovidos por la expansión y contracción de la economía internacional”. La comprensión ampliada de las crisis posibilita detenerse en las circunstancias económicas o socioculturales que la originaron y entender la manera como fueron aprovechadas o superadas, brindando una comprensión ampliada del contexto y del carácter de la crisis. Este fue el contexto complejo en el que germinaron las primeras decisiones hacia la consolidación del Almacén Calzado Jhorbam, donde tiempo después nacen los Zapatos Drag Queen, aunque Doña Teresa todavía no lo sabía.

Yo llegué a Bogotá, teniendo trece años, veníamos de Manizales. Papá tuvo una crisis económica muy terrible y a raíz de la crisis económica de papá nos vinimos para Bogotá y llegamos a Bogotá a lucharla. Yo tenía sólo trece años, pero no pude estudiar más porque papá no tuvo con qué darnos estudios. Éramos quince hijos, en el momento sólo conocíamos ocho, pero él, dadas las circunstancias en que estábamos, él nos juntó a todos. Nos dijo "éstos son sus hermanos, a vivir todos juntos. Yo no puedo más. (Hurtado 2015)

Los padres heredan muchas veces a sus hijos, de manera implícita, un estilo de vida característico lleno de riquezas en algunos aspectos, pero a la vez de limitaciones,

falencias que van a constituir la cultura del 'rebusque'. Todos ellos la tienen clara, en cuanto a que llegan no sólo para quedarse, sino para lucharla.

Porque mi mamá viene de unas raíces en donde así es la vida. Ese es el día a día, Y la lucha por la comida. Mi mamá viene de una familia muy humilde. Cuando ellos vivían en Manizales, digamos que medianamente vivían bien. Se vinieron para acá a aguantar hambre, a dormir todos en una cama. De un colegio el mejor de allá, se pasaron a la escuela de acá, es que ni siquiera, ella no terminó, porque no le dieron más estudio. Sus raíces son muy fuertes, su historia, la primera parte de su vida, es muy fuerte. (Aristizabal y Hurtado 2015)

Son lecciones de vida que se arraigan como aprendizaje desde muy pequeños y se van perfeccionando con el paso de los años, dejando huellas en la manera cómo han logrado sortear de forma adecuada cada situación problemática y que en últimas da cuenta del carácter creativo de las decisiones que cada una de ellas ha utilizado. Es así como al rastrear cómo llegan los Zapatos Drag Queen al barrio Restrepo, es necesario tener en consideración la llegada de doña Teresa (María Teresa Hurtado de Aristizábal) cofundadora de Calzado Jhorbam, procedente de Manizales primero a Bogotá y luego muy joven decide dejar de ser una carga para el papá, formalizando su relación con don Manuel Aristizábal. La pareja se establece primero donde los padres de Doña Teresa y luego dónde los suegros de allí viven en el barrio Quiroga y por último llegan al barrio Restrepo.

A raíz de la crisis económica que papá tuvo, llegamos a un sitio donde conocí a mi esposo, teniendo yo 14 años y teniendo él 18 años; mentiras, 23 años tenía él. Y nos ennoviamos, teniendo yo 13 años y fuimos novios dos años, nos casamos cuando yo tenía 15 y él 23. Él me llevaba a mí 7 años. Nos casamos, duramos económicamente viviendo un tiempo donde papá y mamá, otro tiempo donde mis suegros. Y de aquí para allá y de allá para acá y en una de esas, él trabajó de chofer en la Librería Nacional. Recién puesta la Librería Nacional en Bogotá, él fue el primer, primer, primer eslabón para que la Librería Nacional estuviera en Bogotá, porque eso es de Cali. Él estuvo trabajando ahí un año y lo liquidaron y le quedó una plata: 25.000 pesos. Con esos 25.000 pesos fue que empezó la empresa. (Hurtado 2015)

Una de las primeras decisiones que tienen que sortear Doña Teresa y su esposo da cuenta de lo que van a hacer con el dinero, ya que al tiempo del dinero aparecen cualquier cantidad de maneras de invertirlo, una de tantas tiene que ver con 'montar un comercio', la pregunta es ¿En qué se invierte? Luego y más importante ¿en qué lugar?

Recuerdo que íbamos a poner una panadería y alguien conocía del Restrepo. Alguien no, mi papá y mi hermano Dairo... y mi hermano José Hurtado... trabajaban en el Restrepo de vendedores de calzado y un zapatero estaba vendiendo un localito, chiquito, por 25.000 pesos. Ese localito es el que es hoy en día el Jhorbam - Yara Aristizábal. Así empezó. (Hurtado 2015)

Es claro que existía una directriz de tipo familiar hacía el comercio de calzado, el padre de Doña Teresa y dos de sus hermanos eran comerciantes de zapatos, aunado esto a que un primo, su tío y su abuelo tenían el oficio de zapatero.

Pues la verdad es que mis ancestros son zapateros, los míos. Por el lado mío mi tío fue zapatero remendón, de toda la vida. Tengo un primo que fue zapatero remendón toda la vida trabajó conmigo como solador. Ya hoy en día tiene 70 años, ya no trabaja. Mi abuelo fue zapatero, mi tío fue zapatero. Somos de ancestros de zapateros. Pero digamos no empresarios, sino zapateros... más artesanales. (Hurtado 2015)

Pero quien en últimas tuvo la idea de la creación de la empresa fue Don Manuel Aristizábal, esposo de Doña Teresa, Don Manuel, quien había recibido una liquidación -capital semilla- dinero suficiente para alquilar un 'localito' en el barrio Restrepo, e iniciar la 'empresa'⁹: primero con la perspectiva comercial más tarde como productor y comercializador de zapatos.

Y así empezó todo, conocí a mi esposo, el creador de la empresa realmente, entre los dos, pero con la plata de él fue que pusimos la empresa. (Hurtado 2015)

Las dificultades siempre han existido si se piensa en términos de un emprendimiento, el primer problema es el capital semilla -el dinero inicial- solventado este aspecto, no sobra recapacitar sobre lo que se ha comprado, en últimas no se compró el local físico, más bien se compraron las cosas que están en el local, se compra el Good Will construido por el vendedor y a la larga el derecho de seguir pagando un arriendo y al mismo tiempo de darle continuidad o remodelar el modelo de negocio.

Cuando compramos el local por 25.000 pesos compramos... nada. Compramos tres... Recuerdo mucho que se estaba usando el zapato en madera con unas tiras cruzadas y ese señor tenía por ahí unos 15 pares de esas plataformas, digamos así. Recuerdo cuando llegamos a ese local con una zorra, y el trasteo, que yo vivía en el Quiroga, y allá llegamos al negocio con la zorra y con un escaparate, recuerdo mucho y así empezamos. Realmente en ese local no había mucho, había dos estantes. Digamos que se estaba pagando 25.000 pesos por el sitio. (Hurtado 2015)

⁹ La empresa se funda en los años setenta, década convulsionada económicamente, ya Kalmanovitz (1999) reseñaba, "las repetidas recesiones económicas de los setenta y ochenta han provocado una larga fase de acumulación muy lenta, caracterizada por los cambios técnicos profundos que han creado un enorme número de desempleados, y han obligado una reestructuración industrial. La atmósfera para la creación de empresa nunca ha sido halagüeña, para los emprendedores mientras, en casi todo el período de 1970 – 1990 la economía del Pacífico ha sostenido ritmos de crecimiento del 6 % anual y en fases expansivas ha oscilado entre el 9 y el 12% anual. En comparación la economía del atlántico (incluida Colombia) se contrajo primero, estancándose luego en un muy bajo nivel, presentando rasgos de desempleo estructural del 10 %, incubando allí fenómenos de deterioro social tales como economía subterránea creciente, indigencia a la vista, personas viviendo en la calle, aumento del consumo de drogas y de la criminalidad y deterioro de los servicios públicos y, en general, de la calidad de vida". (Kalmanovitz 1999, 516).

Ser empresario, ser emprendedor implica iniciar un viaje hacia la incertidumbre. Necesariamente hay que dar el primer paso y 'sobre la marcha se van ajustando las cargas'.

Bueno, arrancamos haciendo, poniendo el almacén y ya con esa plata, él se fue a Cali, donde el tío. Él era el tío, el dueño de la Librería Nacional era un tío de él. Él ayudó, le regaló, por decir algo, otros 25.000 pesos. Él viajó a Cali con esa plata, yo me quedé organizando el negocio, porque yo antes era costurera y ya estaba embarazada de Yara y de Richard. Cuando llegué a ese local ya estaba embarazada. Entonces lo primero que hicimos fue como abrir la puerta y poner como el muestrario que "mire, aquí vendemos calzado".
(Hurtado 2015)

Aunado a la directriz de los zapatos devenida del entorno familiar, Doña Teresa era costurera, es decir, conocía las lógicas de producción de la ropa y de los bolsos: estilos, patronajes, medios de producción, procesos, pero sobre todo la 'cultura de la comercialización', es de anotar que casi desde el comienzo Doña Teresa se defendió sola en el local.

Mi mamá llegó aquí haciendo bolsos, ella empezó fue con bolsos, ese fue su primer producto; antes de meterse en todo este mundo del calzado y de la marroquinería. Ella fabricaba ropa en casa y le salió un negocio acá (en el Restrepo) Todo esto con mucho esfuerzo, porque, ellos no tenían mucho capital para empezar, estoy hablando de hace más o menos, casi cuarenta años. Y con una liquidación que recibió mi papá llegaron y montaron su primer negocio, vendían bolsos que mi mamá fabricaba y así fue como se fue fueron dando las cosas. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015).

Luego del capital semilla, de saber en dónde se va a invertir, de determinar el nicho de mercado y de determinar la mejor manera de 'comercializar' se tiene que resolver la red de apoyo del emprendimiento, para este caso tiene que ver con la definición de quienes van a ser los garantes económicos, que harán viable y sostenible la empresa.

Unos amigos de papá me sirvieron de, digamos de, garante para abrir una cuenta en el banco para que me dieran una chequera y desde ahí empecé a girar cheques sin plata, como dice la canción, "cheques chimbos". Y así arrancamos, arrancamos y comprábamos zapatos, comercializábamos al principio. Luego fabricamos bolsos, digamos que a los dos meses de estar ahí. Porque al principio, ese local era un pedacito pequeño, pero atrás había un patio grande. Realmente el local no es donde estamos hoy, es en seguida.
(Hurtado 2015)

A medida que va pasando el tiempo se van ajustando las cosas, la empresa inicia con bolsos y algo de zapatos, para luego madurar comercializando únicamente zapatos.

Con el tiempo llegó la idea de hacer calzado, que este tipo de tacón, que este tipo de suela... Y mi papá fue el que se introdujo en este mundo de la fabricación del calzado. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015).

Quien tuvo la idea inicialmente de denominar la empresa fue Doña Teresa.

Esta es una empresa que antes, se llamaba Jhorbam, así fue como la llamó mi mamá, esta es una empresa familiar. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015).

A la par de mantener el emprendimiento calzado Jhorbam como empresa, era necesario mantener la familia sobre todo los hijos, responsabilidad extra que recaía sobre Doña Teresa, o sea, a la par desempeñarse en el rol de: emprendedora, comercializadora, productora y a la par esposa y también en el de madre. Del matrimonio de Doña Teresa y Don Manuel nacen tres hijos, una hermana mayor de Yara, Yara y su hermano mellizo. Buena parte de las dificultades de crecimiento de los niños - jóvenes quedan invisibilizadas, pero al estar siempre inmersos en un ambiente de comercialización y producción cala al final en ellos. Yara Aristizábal detalla algunas características de sus hermanos.

Tengo una hermana mayor que también tiene una empresa de calzado, ella fabrica calzado para Bosi, para Santorini, entonces ella hace un calzado con unos estándares de calidad muy buenos, altísimos. Ella fabrica en serie, semanalmente ella hace dos mil pares más o menos. ella posee la maquinaria para hacer grandes cantidades de zapatos. A pesar de que no tiene muchos obreros, maquinaria, lo logra con la maquinaria que tiene. Aparte de eso ella no tiene tantas líneas de producto, como tengo yo. Yo tengo una variedad muy grande. Ella hace tres y medio, Valeta, ella tiene un mercado un poco más específico. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015)

El hermano de Yara Aristizábal se va por la línea de vestuario.

Bueno, tengo un hermano mellizo y él está metido en moda, pero él tiene es una fábrica de ropa para dama, él comercializa y fábrica. Tiene dos líneas de producto, también. Él viaja más o menos cada mes, cada veinte días, a los Ángeles para traer ropa de los Ángeles, o sea es ropa china y la comercializa. La otra línea es la fábrica, tiene su fábrica, corta y manda a satélites. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015)

Realización de viajes continuos para importar ropa del extranjero aunado a la red de productores satélites de los cuales se sabe rodear, caracteriza el trabajo del hermano de Yara Aristizábal. Ella no podía estar exenta de la influencia familiar, de tal manera que siguiendo el ejemplo de Doña Teresa y más tarde de sus hermanos migra a Europa en 2001, a realizar una especialización en calzado. Deja la familia y viaja sola para Italia, allí dura seis años hasta 2007.

Desde aquí, se divide mi historia de la historia de la fábrica de mi mamá, dado que yo me fui para Italia: Estudié calzado y mercadeo de moda. Empecé a trabajar en la moda, porque no es fácil ser como extranjero y encontrar trabajo en lo que uno hace, mucha gente termina haciendo muchas cosas excepto lo de uno. Yo si fui afortunada y pila, porque supe meterme. Aprendí a manejar muy bien el idioma entonces pues me logré meter por el mundo de la moda (...) El curso que yo hice en la Alzapelo, que fue una especialización en calzado, fueron seis meses. Y después hice otra especialización en mercado que fue de un año. Ya después no estudié más. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015).

A su manera Yara Aristizábal luchaba su sostenimiento en Italia, ya sea con cursos de calzado y sobre todo de mercado en año y medio el resto de tiempo no se despegó del mundo de la moda italiano, lo anterior implicó el dominio del idioma y de una u otra manera aprender a moverse estratégicamente en ese ambiente tan cambiante. Estar lejos del país, por espacio de seis años tiene sus beneficios para Yara Aristizábal, pero al mismo tiempo brotó el arraigo por lo que sabía hacer y dónde lo podía realizar.

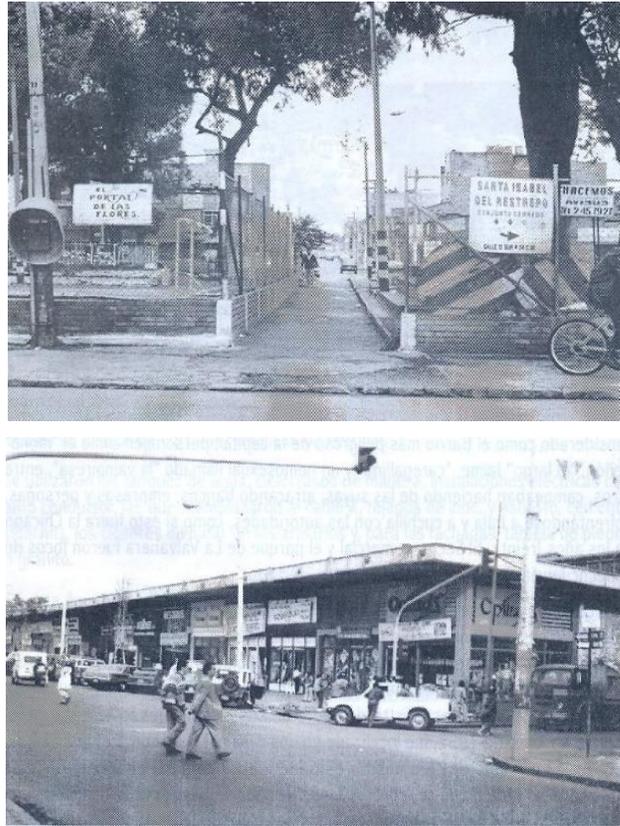
Bueno, por cosas de la vida yo dejé una relación sentimental aquí en Colombia, él fue y me visitó, después me vine para acá y en una de esas venidas yo quedé embarazada, pasé todo mi embarazo sola allá en Italia. Nació mi primera hija en Italia, y por esto mi esposo se fue con nosotras a acompañarnos, para sacar adelante la familia. Allá estuvimos dos años más. Después de esos dos años yo decidí devolverme para Colombia, porque yo tenía estabilidad económica y profesionalmente, pero yo sentía aquí en Colombia tenía cosas por hacer, sentía que aquí en Colombia estaba mi familia, además que emocionalmente no me encontraba bien con mi pareja entonces yo decidí devolverme, además que quería dedicarle tiempo a mi hija y en Italia yo no lo podía hacer porque yo era la que trabajaba más que él, él no estaba tan bien ubicado como yo. (Aristizábal, 2015)

Las crisis seminales favorecieron las migraciones y la búsqueda de una vida mejor, pero con la certeza de que viajan y 'llegan para quedarse' dando cuenta de las personas, pero al mismo tiempo de la familia. Está ligada a la memoria histórica, a todas las situaciones coyunturales y de borde crítico que incidieron en una toma de decisiones; también dan cuenta de todo aquel acervo de experiencias iniciales, ya sean positivas y negativas que conforman el mundo de quienes han 'vivido' Calzado Jhorbam.

2.1.2 La importancia de saber a dónde se llega.

La decisión de que Calzado Jhorbam se instalara en el barrio Restrepo en la década de los años setenta es fundacional, ya que el barrio era el centro de comercialización y manufactura de calzado en Bogotá. Un barrio de origen humilde, un barrio ubicado al sur de la ciudad de Bogotá, un barrio flanqueado por la Avenida Caracas en su costado occidental, por el río Fucha en su costado norte, por la Avenida Primero de Mayo (Calle 22 sur) por el sur. La zona oriental del barrio empieza a desarrollarse durante los años veinte del siglo XX, aprovechando la cercanía al río Fucha. Las vías más importantes eran aquellas por las cuales transitaba el tranvía; y en segundo lugar la actual calle 17 sur, la cual es la única que atraviesa el barrio de occidente a oriente interrumpida por la presencia del parque principal y la iglesia parroquial. Entre 1950 y 1980 en el barrio Restrepo se puede hablar de una segunda ola de migración: primero, proveniente del oriente colombiano, que da origen a la industria y al comercio del calzado característico del barrio, promovido por un obispo de apellido Aldana quien manejaba el oficio de zapatería. Segundo, debido a la crisis originada en el barrio las Cruces a raíz del aumento de los arriendos, el obispo posibilitó la migración de los zapateros al barrio Restrepo, estableciéndose en lo que es hoy día la Avenida 19. A finales de los años sesenta se crea la Plaza de Mercado, el Parque de la Valvanera y la Unidad Residencial Alfonso López Pumarejo. Véase figura 2-1.

Figura 2-1: Plaza de mercado y Parque Valvanera



Fuente: (Arroyave, 2004, pg. 68)

La concentración tanto de productores, como de comerciantes del cuero y calzado del barrio Restrepo, se sitúa entre las carreras 19 y 25, y entre las calles 16 y 18 sur de Bogotá. Aunque hay establecimientos que se localizan fuera de esta ubicación, se debe al hecho de aprovechar el reconocimiento del sector como centro de comercio y producción del calzado, estas formas de comercialización se asientan de forma intermitente, y no es claro qué tan dentro o fuera de la aglomeración están. Su columna vertebral es la calle 17 sur, lugar más representativo del barrio. El desarrollo de la ciudad de Bogotá de los años sesenta, se refleja en la consolidación del barrio Restrepo como centro productor y comercializador de calzado. Es de contrastes esa relación: productor – comercialización, ya que mientras para el segundo (comercialización), lo importante es la *visibilidad*, ya que requiere mostrar diversidad en cuanto a productos oferta. Se requieren, entonces, retóricas particulares de convencimiento que inviten a seguir o a conocer de las ofertas, además del uso de grandes ventanales (diseño y composición de la vitrina), generosidad en los accesos al almacén, buenos espacios para observar, medir (calzar) los zapatos a probar,

grandes espejos, todo pensando en quien va a comprar el calzado y en quienes lo acompañan. De manera contraria, los productores, hacen uso de espacios secundarios, ya sea en la parte posterior de las casas o en los segundos o terceros pisos de las edificaciones. Muchas veces las condiciones ambientales (luz, organización, recursos) son incipientes. Claro está, más que criticar o infravalorar las organizaciones, seguramente cada productor tiene una lógica particular dentro de su desorden, que él mismo entiende. La comercialización e industrialización en el barrio deja huellas en la arquitectura tradicional y en el imaginario de los habitantes de Bogotá, con respecto a la naturaleza del barrio y su relación casi inextricable con los zapatos. El barrio empieza a transformarse: primero los espacios internos de las casas se aprovechan al máximo, desapareciendo los antejardines, los patios internos fueron cubiertos por marquesinas, los pocos árboles y prados en los andenes desaparecen por el afán de aprovechar comercialmente estos espacios. Empiezan a consolidarse otras manifestaciones más de orden comercial, que pretenden ampliar el rango de visibilización de cada uno de los locales: los avisos, la presentación de promociones, los payasos anunciantes, las vendedoras promocionales de puerta (impulsadoras), etc. Sin lugar a duda, en términos de escala, el barrio Restrepo fue uno de los primeros ‘centros comerciales’ que tuvo la ciudad de Bogotá¹⁰, escalado eso sí a los requerimientos socio – urbanísticos de la Bogotá de los años setenta. La directriz de crecimiento posibilita una explosión ecléctica de locales, en donde cada uno de ellos quiere ser reconocido y diferenciado a como dé lugar. El centro comercial en términos de Saramago citado por Villena (2001) “es un reflejo de la globalización, que se manifiesta como “fábrica de excluidos””. Saramago “definía a los escaparates de grandes almacenes o centros comerciales como las cavernas de la época contemporánea, ‘inmenso caleidoscopio’ (...) donde al igual que en la alegoría de Platón los prisioneros creen que ven y describen las cosas reales cuando solamente ven y describen sus sombras o apariencias”. La preocupación principal de este incipiente centro comercial es llamar la atención a como dé lugar, aquí “vale todo”, todo tipo de estrategia que posibilite ser más visible que la competencia: exageración en colores, tamaños, sonidos, el uso de retóricas

¹⁰ Ya desde el siglo XIX en la ciudad, habían hecho presencia algunos pasajes de tipo comercial, que en la actualidad todavía subsisten, hablamos entre otros de los pasajes Hernández y del pasaje Rivas, a su vez estos pasajes fueron inspirados por los pasajes franceses.

impactantes, llamativas¹¹ pero todo tiene un carácter epidérmico, al tiempo con cierta aura de falsedad. Nuevamente Saramago citado por Samper Ospina (2001), discute que

“En los supermercados de los centros comerciales la carne se ve maravillosa con la luz, dice José Saramago. Luego, en la casa, la persona que la ha comprado descubre que no tiene nada especial. Es un espejismo: la carne es carne. Como la que compraban nuestros abuelos, agrega. Lo que pasa es que en el supermercado había un montaje para que se viera diferente. En el fondo es un caleidoscopio: un sistema de ilusiones multiplicadas, trocitos de vidrio con dos espejos. Es la apariencia. Sombras en la pared. Como la caverna de Platón”. (Samper Ospina 2001)

Desde mi perspectiva el barrio Restrepo no logra de consolidarse como centro comercial, a cambio se constituye como “centro de comercio”. No logra consolidarse como proyecto fundacional entre los comercializadores quienes privilegiaron sus intereses particulares sobre los colectivos. Diversas razones explican la situación, por ejemplo: falta de orientación profesional sobre la pertinencia de estrategias de “marca e identidad” comercial (denominación de origen), dispersión de objetivos comunes, no fortalecer la cultura del trabajo en equipo, concentrar toda la atención en la minucia de su cotidianidad en crisis en desmejoramiento de las orientaciones del colectivo, entre otras. Yara Aristizábal discute sobre la condición actual del barrio Restrepo reflexiona de su posible futuro comparado con el ‘centro comercial’, como estrategias de mercado.

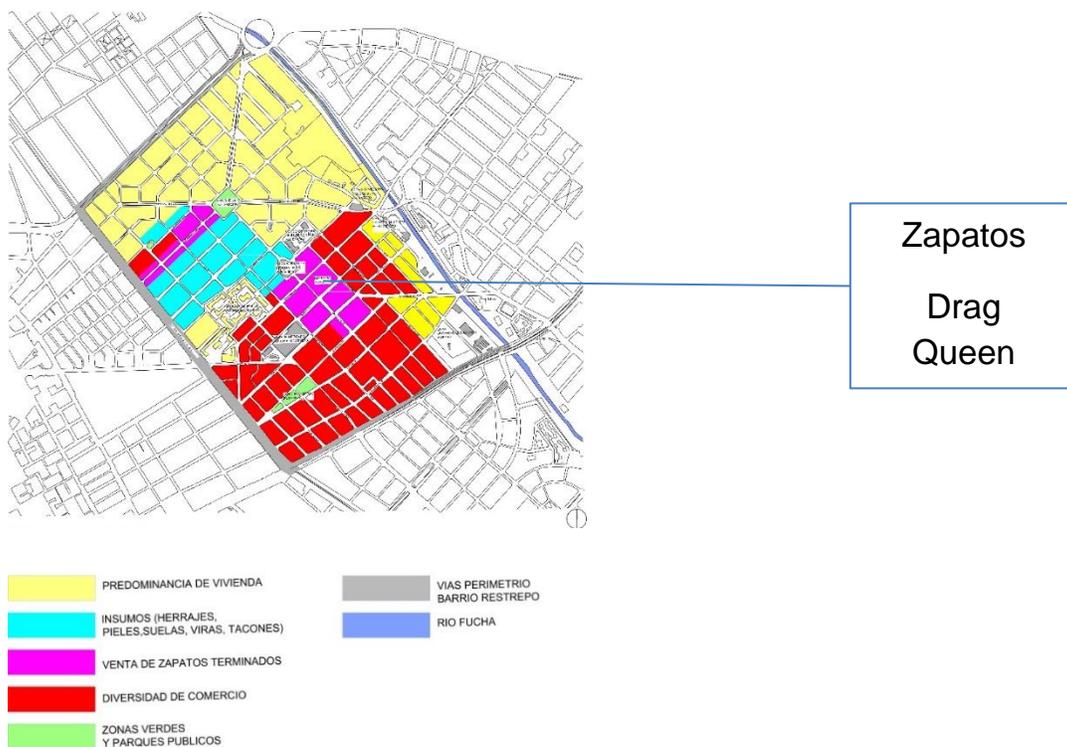
Son estrategias que han aparecido porque constantemente el mercado es cambiante, porque yo también cambié mi forma de producir, porque me daba cuenta de que con algunas cosas perdía, con otras cosas con las que me iba bien las establecí y las mejoré, y pues así es el mercado. Ahora el Restrepo, está un poco difícil, porque el Restrepo se volvió un lugar a donde la gente prefiere ir a un Centro Comercial, porque allí va a estar más protegido, lleva su carrito y lo guardan. Todo lo que tiene de positivo un centro comercial. La gente dice, por veinte mil o treinta mil pesos que me voy a ahorrar, yo prefiero un centro comercial. Entonces comercialmente el Restrepo se pone más complicado. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

El carácter de centro de comercio posibilita a los visitantes, el reencuentro con la tradición, pero al mismo tiempo con la diferencia y la variedad de productos, eso ofrece el barrio Restrepo, todo lo relacionado con zapatos se puede encontrar en el Barrio y si no lo hay los mismos comerciantes promulgan que lo pueden fabricar, sin importar la complejidad y los diversos requerimientos del cliente. Alrededor del comercio se han consolidado áreas pertinentes a la red del cuero calzado y la marroquinería: esto quiere decir que, por

¹¹ “La ausencia de comunicación es total en un centro comercial”, señaló el premio Nobel, ‘donde el comprador no necesita intercambiar ninguna frase con el dependiente, a diferencia del diálogo inevitable que se establece en una tienda pequeña. Pero, junto a esa circunstancia, el único espacio público del mundo de hoy es un centro comercial. Antes las gentes se reunían en las plazas o en los jardines, pero ahora ya no son lugares seguros. Los grandes almacenes son, a la vez, las nuevas catedrales y las nuevas universidades. No tengo nada contra estos establecimientos, pero sí contra una forma de espíritu autista de consumidores obsesionados por comprar”. (Villena 2001).

ejemplo, diversos espacios de producción especializada, los cueros surtidos por diversas peleterías se encuentran al alcance, lo mismo que diversos tejidos que son necesarios para la elaboración de zapatos, importante también los proveedores de pegantes e insumos como también de accesorios metálicos (herrajes), entre otros. La consolidación de centro de comercio posibilita con el paso del tiempo un área de “diversión” es la franja comprendida entre la Avenida Caracas y la carrera 16 entre las calles 15 y 21 sur, en esta área se encuentran cualquier cantidad de discotecas y al mismo tiempo de “residencias”. Este es el contexto en donde se materializan los zapatos Drag Queen. Véase figura 2-2.

Figura 2-2: Barrio Restrepo zonificación de usos.



Fuente Propia.

Cuando Foucault citado por Deleuze (1987), define el Panoptismo, lo determina concretamente como “un agenciamiento óptico o luminoso que caracteriza a la prisión, en otras ocasiones lo determinan abstractamente como una máquina que no sólo se aplica a una materia visible en general (taller, almacén, escuela, hospital en tanto que prisión), sino que en general también atraviesa todas las funciones enunciadas”. La fórmula abstracta del Panoptismo ya no es, pues, ‘ver sin ser visto’ sino imponer una conducta cualquiera a una multiplicidad humana cualquiera. Sólo es necesario que la multiplicidad considerada

sea reducida, incluida en un espacio restringido y que la imposición de la conducta se realice por distribución de espacio, ordenación y seriación en el tiempo, composición en el espacio – tiempo. (60). Una manera de experimentar dicha imposición se vivencia cuando nos aproximamos en la actualidad, al acceso de lo que es Calzado Yara Aristizábal; como se ilustra al comienzo del capítulo, aunque el acceso y el cartel son pequeños –véase figura 2-3- comparados con el gran caleidoscopio del barrio, es una inquietud que le planteaba a Yara Aristizábal, ella me hacía caer en cuenta que los caminantes se encuentran siempre con un gran cartel que los referencia, a la par de una impulsadora que con su retórica “invita” a dar el paso a través de dicho umbral, a todo un universo de colores, texturas, acentos, saturaciones espaciales muchas veces redundantes que se conjugan en aquella idea de búsqueda del par de zapatos deseado.

Figura 2-3: Serie de fotografías del acceso al almacén ‘Calzado Yara Aristizábal’



Fuente propia.

La visibilidad es fundamental en el negocio de la comercialización, se refiere a la recordación del sitio del lugar, frente a la inquietud del acceso, tan discreto al Almacén, Yara Aristizábal comenta

Pues y nosotros a pesar de que, como dices tú, está disimulado el acceso, igual es una puerta pequeña, mucha gente nos conoce. Y mucha gente nos manda gente de todo el Restrepo porque pues ahí llevamos 40 años, entonces ya la gente sabe. Ahí, los de la iglesia la Valvanera, a cuadra y media, un almacén que tiene una bota rara, y ya la gente llega por eso. Entonces, la niña de la puerta sí es muy importante porque pues de todas maneras comercialmente es la que hace que suba la gente que compra.

(Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Yara Aristizábal echa mano de la centralidad del local y de su cercanía a ciertos referentes del barrio, pero también usa la tradición construida a lo largo de 40 años de servicio para consolidar la recordación, en los usuarios del “almacén de la bota rara”. Comercializar los zapatos implica la consolidación de una serie de estrategias que conjuguen, la articulación de actores, acciones, discurso, productos, a su vez estos se desagregaran en: tradición, visibilidad - publicidad, confiabilidad espacial, variedad y vigencia de productos, precios y

promociones, entre otras. Por ejemplo, para el caso de la visibilidad – publicidad, que tiene como propósito agenciar a un gran número de personas, que allí se venden zapatos. La decisión de instalarse en el Barrio Restrepo tiene sus implicaciones, por un lado facilita ya que se ha consolidado la cultura, en los bogotanos, que allí hay un centro de zapatos, pero al mismo tiempo dificulta ya que no son los únicos que comercializan, esto origina que cada uno procure demarcar, ya sea por el uso de un gran aviso publicitario, por la amplitud de sus puertas, por el muestras de productos que exhiben en las vitrinas, por el manejo de los espacios internos, por el juego de luces, etc. Esto se solucionó bien los primeros 20 años, ya que Calzado Jhorbam estaba en otro local. Esto lo aclaran Doña Teresa y Yara Aristizábal.

Estábamos en el 22-40 y ahora estamos en el 22-42. (Hurtado 2015)

Además, Yara Aristizábal

Nosotros no estábamos en este local, estábamos tres locales hacia el oriente. Esa fue otra crisis, que tuvimos, porque el dueño de la casa le pidió el local a mi mamá porque nosotros no éramos propietarios, en ese entonces nos dio la alternativa de vender, pero mi mamá no vio la necesidad, nunca compró, entonces nos salió este local. Aquí ya llevamos más de veinte años. (Aristizábal, 2015)

Las dificultades se acentúan al instalarse en el local actual, ya que no es un local directo a la calle, está ubicado en un segundo piso, para su acceso se debe franquear una escalera, más aún, en el primer piso está ubicado otro comercializador de zapatos y en las vidrieras que dan a la calle del segundo piso, no se exhiben zapatos sino a cambio, vestidos y ‘todo lo relacionado para las celebraciones de los 15 años de las niñas’ (quinceañeras). Véase figura 2-4.

Figura 2-4: Ventanal exterior ‘quinceañeras’, en el segundo nivel



Fuente: propia

De tal manera que fue necesario crear un ‘recurso de compensación’ para equilibrarse y, por qué no, diferenciarse de los otros comercializadores; el recurso construido radica en

que las vendedoras hacen labores de impulsadoras en la puerta del almacén, a partir de retóricas ensayadas y entrañadas, aspecto que detallaremos un poco más adelante.

2.1.3 Uno a veces tiene que equivocarse para aprender

¿Hasta dónde debería crecer la MiPyme? Es una pregunta interesante para la cual no hay una sola respuesta, más bien es necesario una revisión constante de la situación dinámica del mercado y acorde a ella tomar decisiones de ampliación o reducción. Es muy difícil para las organizaciones y especialmente para la MiPyme realizar inversiones en infraestructura, endeudarse ya sea con los bancos o los prestamistas para apalancar económicamente cualquier ampliación. Pero en muchos casos cuando se presenta la oportunidad al interior de la MiPyme ‘**se hace**’, las oportunidades son susceptibles de comprenderse desde su escalabilidad o la oportunidad y “el ojo del buen cubero” del comerciante, capacidad relacionada con cierto grado de experticia, derivada esta de la huella del paso de los años. Es un aprendizaje continuo a veces positivo, pero en algunas ocasiones no tan positivo. La acumulación de mundo, constituido por éxitos, aciertos, fracasos le da un valor diferencial a la escala de la mirada. Escalar las decisiones implicó primero tomar los zapatos como pretexto de comercialización y luego la implementación de su pequeño almacén, posteriormente la misma dinámica posibilita que se vayan transformando en productores, cada decisión de crecimiento implicaba ir ajustando tanto el espacio, las máquinas – herramientas y también el número de personas que se requerían; aquí el tamaño sí importa, ya que inmediatamente se vieron cobijados por la naturaleza de las MiPymes que para el caso colombiano, son el eje de la producción. Cardona Acevedo, et al. (2006: 78) citando a Bessan señalan cómo “las MiPymes soportan desventajas al tratar de innovar, especialmente por falta de factores en los procesos de producción. Pero, a pesar de las políticas, de los programas de apoyo, muchas veces están desamparadas, y con intensas presiones, que se permean en términos de diseño y desarrollo de sus productos, lo cual lleva a abandonar cualquier tipo de planificación estratégica de nuevos productos”. Doña Teresa relata un caso exitoso que aconteció cuando cambiaron un material y algún precepto formal de un zapato tradicional.

Recién, como a los cinco años de haberse creado la empresa, es que estábamos jóvenes también, hicimos una baleta que Colombia entera la usó. Era una baleta plana. Simplemente en colores fuertes, porque era que mi esposo también era muy ingenioso. Nosotros nos ingeniamos comprar la badana. O sea, la badana es el, digamos, el material con que se forran los zapatos de hombre. La pigmentábamos nosotros mismos de rojo, de verde, de amarillo, de los colores que estaban en moda, y hacíamos las baletas en badana. Entonces eso era novedoso para todo Colombia.

Vendíamos esas baletas. Entonces ahí fue cuando alcanzamos a hacer 250 pares semanales, y eso era poquito, porque no nos alcanzaba la producción. (Hurtado 2015)

Para este caso es necesario actuar en contingencia a las circunstancias, otro ejemplo lo tenemos aquí.

Mi papá, fue supercreativo. Por ejemplo, lo de la pana fue idea de él. Y lo de la badana fue idea de él. Es primera vez que en una entrevista le doy a él crédito. Lo de la pana es que, nosotros sacamos una bota en 'ante', ante es un cuero finísimo, arrugadito, y eso se vendía, digamos 100 pares semanales, eso era mucho. Pero consiga ese ante, era mucho trabajo, y un día mi Manolo, llegó con la pana a la fábrica, pana de la Fayette, no era microfibra, en esa época era otro material parecido, lo que pasa es que la microfibra la mejoraron, pero antes era una pana. Muy parecido al Yersilon, pero con más textura. Y empezamos a sacar esas botas en esa pana, Claudia mi hija se hizo no sé cuántos pares con esa pana. Amanecíamos haciendo. Yo hacía. Estela Hurtado hacía. Todo mundo copio esa pana y todo el mundo terminó haciendo. Es que esos machetes ya no se ven. (Aristizabal y Hurtado 2015)

Don Manuel y Doña Teresa montaron una fábrica satélite en el barrio Olaya, barrio vecino al barrio Restrepo, dividiendo operacionalmente las actividades de los espacios: uno para la fabricación del calzado y bodega, el otro como almacén de comercialización de calzado

Teníamos la fábrica grande en el Olaya, y al Jhorbam sólo llegábamos a comercializar. (Hurtado 2015)

Yara Aristizábal también recuerda algunas condiciones de la fábrica

Ellos empezaron a fabricar en serie, manejaban grandes cantidades, tenía más menos cincuenta empleados. No me acuerdo de cuántos empleados tenían, pero sí me acuerdo de que había una bodega llena de empleados y maquinaria. Mi papá era el que lideraba esa parte. Mi mamá por su parte lideraba más la parte de los almacenes y también de la fábrica, mi mamá estaba relacionada con todo, ella hasta los domingos trabajaba. Muchos años después, estoy hablando más o menos hace veinte años, mis papás fabricaban y distribuían para grandes cadenas como en el Éxito. Era una empresa realmente grande. (Aristizábal Y. , 12 de Mayo, 2015)

La escala es vital dentro del complejo organizacional, claro está, a mayor escala la complejidad –comprendida como alta cantidad de variables interactuando- conllevará mayores problemas y con esto más crisis, ya que al ser un modelo de negocio que depende del mercado y la dinámica de este es tan cambiante que muchas veces factores exógenos a su dinámica afectan el débil equilibrio de la oferta y la demanda. Yara Aristizábal incursiona en el 2013 con un almacén en la 'Zona Rosa' de Bogotá, con algunas observaciones de Doña Teresa.

Ella (Yara) no decía nada, pero yo sí me daba cuenta. Cuando ella iba a montar el negocio yo le dije 'piénselo'. Es muy duro cuando un negocio no vende. Un negocio muy bonito, muy lindo. (Aristizabal y Hurtado 2015)

Yara Aristizábal detalla un poco más la experiencia.

En la 82 con 14. En plena Zona Rosa. Pero no. Pagaba dos millones y medio de arriendo, mensual. Y eso que no era tan caro, ese arriendo. Aguanté casi, diez meses. Después de esa experiencia yo la cogí con más calma. Yo quería ir un paso más allá, sin haber hecho el paso más pequeño. Yo, por ejemplo, me fui para

una feria en España, eso fue por esas mismas épocas, cuando todavía hay mucho mercado, aquí por trabajar. Hice lo del almacén, teniendo muchas cosas que hacer en mi propia fábrica. Nos mantuvo, más ese local (Calzado Yara Aristizábal) que el otro, mantenía el otro prácticamente. Escasamente daba para pagar el arriendo y nada más. Los proveedores, empleados los terminaba pagando con el otro almacén.

Es la lectura continúa a la que nos invita la crisis, hay que aprender a leer la crisis como situación de borde y a partir de comprensión de su lógica de proceder:

*Fue difícil. Pero igual, **uno a veces tiene que equivocarse para aprender**. Fue un aprendizaje doloroso, ya que fue mucha plata la que se invirtió. Lo que pasa es que las épocas son diferentes. Lo que aprendí, es que, si uno no tiene la plata, es mejor no montar un negocio, no vale la pena, es mejor tener un ahorro, y con ese ahorro monto el local, monto el negocio. Que tenga uno siquiera, el arriendo de seis meses, para poder comenzar y mantenerse. (Aristizabal y Hurtado 2015)*

Hay una lección de vida importante que aprende Yara Aristizábal y tiene que ver con lo económico, con garantizar para cada uno de estos emprendimientos como mínimo un capital de trabajo de al menos seis meses. La turbulencia del mercado, comprendido desde aspectos tales como: la copia, la competencia desleal, las crisis financieras, las políticas gubernamentales, el contrabando, entre otras. Tiempo después de la bonanza fue necesario ajustar la escala a lo que requería el mercado, para el caso de almacén en la Zona Rosa se cerró, y para el caso del almacén en el barrio Restrepo ajustarlo a las condiciones, tal y como lo comenta Yara Aristizábal.

Esas temporadas ya no se ven. Mi mamá contrataba desde noviembre, como 25 empleados. Ahora yo contrato, en noviembre sólo dos empleados, aparte de los que tengo contratados de planta. (Aristizabal y Hurtado 2015)

Volviendo a nuestra pregunta inicial, la respuesta implica un derivar en estado de alerta y de manera constante con las condiciones del mercado, y cuando se presenta la oportunidad de crecer, se hace. Pero de igual manera cuando las condiciones son adversas y sea necesario reducir el tamaño se debe realizar lo más pronto posible. Lo aconsejable sería pensar en un tamaño básico o vital de organización equilibrado con su entorno, que posibilite tomar decisiones muy rápidas de crecimiento o reducción. De las crisis necesariamente se aprende sobre todo en cuanto al carácter de la crisis como situación de borde y de la actitud que se debe asumir ante dicha situación.

2.2 La Crisis como situación de borde.

No solo es la dinámica oferta – demanda de mercado, la que incide en las crisis de las organizaciones, la complejidad radica en la cantidad de circunstancias que de una u otra manera se alinean, en determinado momento, para acentuar o reducir la crisis. El estado

de crisis es una condición inherente a la MiPyme. Ahora la respuesta a la crisis se ha de medir por los efectos no sólo a corto plazo, sino por las consecuencias. Por ejemplo, las políticas económicas hacen parte de las circunstancias que inciden en las crisis, para la época Kalmanovitz (1999: 450) plantea que “la acumulación de capital se enrareció con la liberación financiera concedida por el gobierno, que contribuyó a la especulación, a la concentración de empresas en las manos de viejos y nuevos grupos financieros y, en especial, a un encarecimiento extraordinario de las tasas de interés, que en los últimos años del periodo sobrepasaron ampliamente la tasa de ganancias”. Después de cierta estabilidad en Calzado Jhorbam, se acentúan las crisis

Y ya no vendíamos los 250 pares, pero sí los fabricábamos. Entonces nos llenamos de mucho inventario y cuando nos dimos cuenta, ya estábamos colgados. Ahí nos tocó cerrar la fábrica grande, volver con el rabo. Teníamos la fábrica grande en el Olaya, y al Jhorbam sólo llegábamos a comercializar. Pero ahí se puso la crisis tan dura, tan dura que cerramos la fábrica grande y nos fuimos otra vez, digamos, con el rabo entre las piernas al almacén. (Hurtado 2015)

En el cuatrienio del presidente Gaviria (1990-1994) dice Kalmanovitz (1999), que en la década de los noventa se instaló la apertura económica como eje de su programa, pero además se impulsó la flexibilización laboral (ley 50) a fines de 1990, que permitió esquemas más ágiles de despidos de la fuerza laboral, de acuerdo con las necesidades de la apertura y de la reestructuración industrial. Si a lo anterior sumamos la lucha a muerte en los comercios por mantenerse en el mercado cuando no hay algún tipo de cultura creativa de productos, más bien la cultura de la copia.

La lucha con las envidias. Esa es otra lucha. Desde que usted abre el negocio, el vecino está viendo a ver qué le copia, y qué hacer parecido a lo que uno hace. Cuando uno es una persona exitosa, ese problema lo tuve yo. (Hurtado 2015)

Muchos de esos comercios para sobrevivir recurren a la copia o a marcar diferencia competitivamente hablando, por material y precio.

Y era muy próspero el negocio. Ahí empezaron a hacer en Cúcuta la misma baleta, pero en plástico. Mi precio, por decir algo, yo no recuerdo, era digamos 20.000, ellos las sacaban a 5.000. Era la misma. El cliente no diferenciaba entre “esto es plástico y esto es cuero”. No. Entonces eso empezó a decaer, a decaer, a decaer, a decaer. (Hurtado 2015)

Está en la misma línea que proponen Ulrich y Eppinger (2004: 38), en cuanto a la “Imitativa, como estrategia que implica, seguir las tendencias en el mercado y permite que los competidores exploren cuáles son los productos que tienen éxito para cada segmento. Una vez que se han identificado las oportunidades viables, la empresa lanza de inmediato nuevos productos para que imiten a los competidores exitosos”. El problema se acentúa

cuando la competencia no es abierta y visible, cuando se tiene que competir con el ‘contrabando’ ya desde el siglo XIX hay registros de contrabando de calzado. Laurent (2008: 102) reseña cómo las “manufacturas del cuero constituían otro de los rubros de importación ilícita. Además de los más de 178 cueros que se decomisaron en 1827, había zapatos de distintos tipos: seis pares de zapatos de hombre y 16 pares de zapatos de mujer en 1822, un saco de zapatos en 1825, 575 pares también en 1825, y luego, dos pares de zapatos de niños y trece pares de borceguíes en 1850”. Para no ir más lejos en la actualidad el flagelo del contrabando es un problema importante, se manifiesta como subfacturación o la estrategia de declarar por mucho menor valor del calzado que se está importando, por ejemplo Paz (2014), en el año 2012 evidenció estas prácticas al hablar con Gustavo Flórez, presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (Acicam), quien recordó que en 2012 vivieron una situación caótica debido a las altas importaciones de China y a la tasa de cambio con niveles muy inferiores a los actuales, lo que indujo a subfacturación y contrabando. ‘El 2012 fue catastrófico pues del total de productos importados, el 42 % vino con precios inferiores a los de referencia, de los cuales el 25 % ingresó a menos de un dólar el par’. En una entrevista para el periódico colombiano El País (2013), el mismo Gustavo Flórez manifestaba que en el pasado

“La producción nacional abastecía cerca del 75 % del mercado local y ahora apenas la participación llega escasamente al 40 %, en medio de una situación difícil para enfrentar esa competencia. Además, que de las mayores amenazas que tiene la industria del calzado colombiano, porque se ha venido profundizando el volumen de importaciones, las cuales se han duplicado en los últimos 23 meses. Pasaron de 33 millones a 60 millones de pares en ese lapso. Lo peor es que el precio de esas importaciones presenta un volumen muy importante, ya que cerca del 42 % llega a precios inferiores o por debajo del precio de referencia. ¿A qué precio está entrando ese tipo de productos? El 25 % de esos 60 millones de pares, es decir, unos 15 millones de pares, están entrando al mercado colombiano con precios inferiores a un dólar”. (ElPaís.com.co, 2013).

En un artículo del periódico El Tiempo entrevistan a varios actores afectados por los zapatos chinos

“El negocio con los chinos es muy desleal. Un zapato de cuero colombiano que nosotros vendemos en 40.000 pesos, los chinos lo traen a menos de un dólar y lo venden en menos de 30.000 pesos. Con esos precios no se puede competir” dice uno de los entrevistados. En sus mejores tiempos, ‘Gimar In’ tuvo hasta más de 15 trabajadores, pero hoy con 6, deben hacer y deshacer para sobrevivir. ‘Nos gusta el trabajo duro y por eso empezamos jornada desde las 7 a.m. a 6 p.m. para lograr más de 24 pares vendidos al día”. Redacción EL TIEMPO (2013).

Ante la situación, el gobierno expide una normativa en el año 2013, “En marzo de 2013 se expidió el decreto 0074 que estableció un arancel mixto mediante el cual todas las

importaciones de países sin TLC deberían pagar arancel del 10 % más 5 dólares por cada par de zapatos”, asegura Flórez. “El decreto fue un excelente apoyo del gobierno porque si comparamos las importaciones de los primeros 11 meses de 2013 con el año anterior, el total de importaciones se redujo en un 20 %. Reduciéndose la entrada de zapatos a menos de un dólar se redujo en casi 55 %”. (ElPaís.com.co 2013). Estos datos están en la línea de preocupación de una de las vendedoras e impulsadora que ha trabajado tanto en Calzado Jhorbam como en Calzado Yara Aristizábal.

ya cada cual con lo que tenga y de pronto vienen y miran unos zapaticos baratos, yo creo que es por la economía del país. Eso ha afectado 100 % las ventas y la gente ya quiere es algo barato. El mercado chino es otra que, usted encuentra unos zapatos quince y medio, dieciocho y medio en \$80.000 pesos y uno haciéndolos aquí, por barato que salgan, salen en \$140.000 pesos o en \$130.000. Porque los tacones son caros, los materiales son caros, la mano de obra es cara, o sea todo eso, yo digo lo que es la economía y el mercado chino, acabaron con todo. (Tocancipá 2016)

Al integrar la situación económica, las políticas o más bien la falta de políticas para las MiPymes del momento, aunado a las condiciones cambiantes del mercado (contrabando, subfacturación, copia, etc.) se consolida una atmósfera dura, en la cual sobrevivir o mantenerse se hace complicado. Esa es la situación por la cual pasan los propietarios de Calzado Jhorbam, quien primero flaquea es Don Manuel Aristizábal.

Obviamente, a raíz de las deudas, mi esposo, a ver, nosotros veníamos de abajo, sí has visto que te conté que veníamos de abajo. Cuando el negocio, llegamos, el negocio era tan próspero, tan próspero que se volvió alcohólico. Entonces a él, digamos que cuando yo llegué al negocio, luché contra eso. Primero contra el que no se gastara la plata pues que no era de nosotros, porque le gustaba el traguito. Y así, digamos que me la pasé 30 años, cuidando y cuidando. (Hurtado 2015)

Yara Aristizábal, también se refiere a la actitud de su padre

más que la parte económica fue un poco esa parte de mi padre que fue un poco tremendo en una época de la vida. Por ejemplo, mi papá llegaba acá, iba a la caja registradora, sacaba dinero de ahí y se iba, lo hacía en momentos difíciles. Para mi mamá con la recesión económica y que además llegara mi papá para barrer con todo, mi mamá quedaba peor. Esos momentos no eran cortos, fue por mucho tiempo. Ya mi papá murió, él murió enfermo. (Aristizábal, 2015)

Pero también se refiere a la situación y actitud de su mamá.

Claro, ellos se separaron y esa fue una crisis económica de mi mamá, ya que mi mamá tuvo que vender el apartamento que teníamos y ese apartamento era como de ciento cincuenta metros cuadrados. Después de eso mi mamá se quedó sin nada, porque con lo que le quedó del apartamento pago todas las deudas. Mi mamá siempre vivió en una bola de cristal que se explotaba constantemente, como en una burbuja más bien, porque se explotaba entonces ella después de nadar y nadar cuando veía que iba a salir otra, se lograba meter en la burbuja y otra vez empezábamos a salir adelante, era algo así. (Aristizábal, 2015)

Hacer empresa implica estar dispuesto a someterse a diversas circunstancias que consolidan un tipo de ‘cultura’ aguerrida, ya que es una batalla diaria. A tal punto que la

crisis se convierte en un estilo de vida, algo que sorprende es cómo la condición de crisis se adopta como parte de vida no solo de los actores sino de la empresa como organización. Implica que frente a la cantidad y diversidad de problemas se evidencia una fe casi inquebrantable, por mantener a flote la organización. Esto requiere una actitud no solo personal sino organizacional de fortaleza y constancia, no sólo para asumir la crisis sino para superarla, como lo refleja Doña Teresa.

*Nosotros también nos quebramos (risas) muchas veces. Yo creo que yo me quebré, bueno, desde el principio empecé quebrada, no tenía con qué trabajar. Y arrancamos girando cheques posfechados, ya eso era una forma de crédito. Arrancamos así y yo creo que la **Fortaleza** y la **constancia** han hecho que ese negocio esté vivo todavía porque sí ha habido muchas crisis, muchas crisis (Hurtado 2015)*

Las coyunturas delimitan un borde, dan cuenta del ‘punto de inflexión’, de ese reparar (volver a parar) “darse cuenta” de la naturaleza del problema traducido en términos de crisis, analizarlo y procurar construir soluciones. Pero antes de las posibles soluciones, es importante cómo se *revelan* ante las crisis, por ejemplo, Doña Teresa ante las dificultades económicas, que siempre son preámbulo de crisis por venir, sabía cómo proceder

Es que, en el Restrepo, al principio, digamos, hace 20 años se pagaba el 7%. Y el agiotista era el 7% y eso era que nos estaba haciendo el favor. Ya después el 5% y toda la vida se pagaron intereses. Esa fue la parte maluca del negocio. Nunca como que se pudo salir de allí. (...) Ni siquiera un préstamo del banco, que necesitamos 2 millones de pesos. Yo me acuerdo mucho, dos millones de pesos, y nos los prestó el Banco Comercial Antioqueño, pero, mejor dicho, con mucho esfuerzo nos prestaron la plata. (Hurtado 2015)

Un punto de quiebre importante, se manifestó de la siguiente manera.

Estas son mis deudas, el día que yo decidí no sacar más chequera. Yo giraba hasta 50 cheques semanales. Un día tomé la decisión, ‘no giro un cheque más, así me llegue el agua a donde me dé’. Yo era muy sabia, yo soy muy sabia, cuando yo tomé la decisión fue porque yo empecé a ver estas angustias tan hp. Yo no quería vivir más así, pero no quería tener más deudas. No saqué más chequera, imagínate no sacar más chequera, de malas. Si usted quiere que le pague a lo que vaya vendiendo, así, así hasta completar diez años, cuando llegué aquí ya estaba mamada. (Aristizabal y Hurtado 2015)

De las crisis quedan no solo aspectos negativos, quedan aprendizajes a veces duros, sufridos que se traducen en lecciones de vida para quien la sufre. La experiencia de la crisis no sólo deja huellas sino también sirve de catalizador para revelar en los actores capacidades instaladas al tiempo que van consolidando actitudes en: el repentismo, la flexibilidad, la escalabilidad, testarudez, entre otras como parte de un *equipo de emergencia básico* para enfrentarse a cada crisis.

2.2.1 Ante la Crisis Fortaleza y Constancia.

Quedan latentes las crisis a las que se va enfrentando cada persona en la organización, cuando las crisis desbordan la organización, muchas veces la única salida es cerrar. Es la razón por lo que, poco más del 80 % de las micro y pequeñas organizaciones quiebran antes del primer año de fundación. Sostener todas estas responsabilidades, no es para muchos, pocos tendrán la integridad, como lo decía Doña Teresa 'la fortaleza y la constancia' para continuar, a pesar de tener el agua al cuello. Esta es la característica que me llamó originalmente la atención de la MiPyme analizada, ya que ellos han logrado mantenerse por más de 40 años. Con todas las crisis que uno se pueda imaginar, pero de una u otra manera su estrategia ha funcionado. Las estrategias de superación darán cuenta de algunas decisiones frente a las coyunturas, y a las situaciones de borde. La superación de la crisis implica algún tipo de esfuerzo de actualización, un fundamento que puede ser adquirido por la experiencia previa de sobrevivir problemas con alguna similitud o por estudio: mientras Doña Teresa pertenece al primer grupo, Yara Aristizábal pertenece al segundo grupo. En el tiempo que Yara Aristizábal recibió su formación y trabajó en Italia, la situación de Calzado Jhorbam se hacía cada vez más difícil, poco sostenible. El contrabando, la importación de calzado chino subfacturado, la competencia desleal, la copia, las diversas dificultades económicas, dificultades al interior de la MiPyme con algunos de los empleados, demandas, entre otras son el escenario propicio para pensar ya sea en declararse insolvente económicamente hablando, el primer paso para el cierre definitivo.

De verdad. Claro, porque ella (Yara) logró cerrar esa fábrica. Esa fábrica (Calzado Jhorbam) que sólo producía pérdida, pérdidas. (Hurtado 2015)

Lo que caracteriza la situación de borde, será haber tenido la capacidad de identificar el riesgo potencial y enfrentarlo, planteando soluciones por dramáticas que sean, tal y como lo hace Doña Teresa.

Y digamos que ya a lo último yo dejé el negocio hace cinco años ya, pero yo me separé realmente hace diez, y ya estaba mamada, ya estaba tan mamada que ya no quería saber nada de él porque yo la luché. Yo creo que todo el mundo sabe, le luché, por un lado, le luché por el otro, mis hijos, yo. Mi meta era sacar a mis hijos adelante, y mi última hija que hoy en día tiene 30 años le pagué su semestre. El último en la Javeriana. 8 millones de pesos. Yo no vivo así un minuto más, no más. (Hurtado 2015)

Pero más que identificar la situación de borde, también tener la sabiduría de saber hasta dónde se puede llegar, es el **punto de no retorno**, el primer paso hacia la superación de la cual nos habla Doña Teresa.

“Yara, ¿te quieres quedar con el negocio?”. “Sí”. Porque si Yara hubiera dicho que no, yo lo hubiera cerrado y hubiera hecho otras cosas. Entonces tomé la decisión de vender el apartamento que pagué toda la vida para pagar las deudas y darle a él la plata que le tocaba, para yo quedarme con el negocio. Y así lo hice. Me quedé sin el apartamento, pero tengo el buen negocio. Y de eso sigo viviendo. Y no me arrepiento. No, fue una lucha, es que es una lucha permanente. Los empleados siempre creen que uno tiene mucha plata, siempre ellos creen que uno tiene mucha plata. No, yo ya no quería tener empleados, ya no quería nada, nada. Yo quedé tan cansada que de hecho ahora no hago mucho (risas). (Hurtado 2015)

La situación de borde implica carácter traducido en fortaleza y constancia, vivir el día a día informados acerca de las diversas condiciones del mercado, es una especie de navegar no en ‘piloto automático’ sino ‘navegar en estado de alerta’, además de la lectura de todos los factores que tienen un peso relevante en la construcción de la realidad. Además es responsabilidad de los tomadores de decisión que crucen la información de dicho mercado con aspectos cotidianos exógenos, tales como decisiones económicas - administrativas (apreciación o devaluación de la tasa de cambio, aumento de impuestos, costo de las materias primas, salud pública, pago de nómina, pago de servicios y arriendo, entre otras), tecnológicas (nuevos procesos, nuevos materiales, máquinas herramientas, informáticas –redes sociales-, entre otras), normativas (políticas gubernamentales, nuevas leyes, acuerdos), diseño (tendencias, modas, etc.), entre otras. Yara Aristizábal reflexiona a continuación de la situación borde, que origina el ofrecimiento de su madre.

Ahí fue cuando yo llegué y se me presentó la alternativa de bueno quiere usted coger esta empresa o ¿Qué se va a poner a hacer? Yo en ese entonces también trabajaba con mercadeo de moda y marketing, yo tenía empresas aquí en Colombia y les traía información de moda. Yo iba y me caminaba por ejemplo en Milán, Roma, Paris. Iba y me caminaba las vitrinas, me subía, recogía catálogos y tomaba fotos. Yo me metía a los almacenes, tomaba fotos dentro de los almacenes, yo hasta tenía mi estrategia. Y yo venía y hacía un reporte, recopilaba toda la información, venía a venderla a las diferentes empresas esa información de moda. esa era otra cosa que yo hacía para también estar bien, porque siempre la familia me jalaba entonces ese trabajo me permitía estar de tiempo completo, de pronto tenía que ir una vez al año fijo. (Aristizábal, 2015)

Dos años trabajaron mancomunadamente Yara Aristizábal y Doña Teresa, en Calzado Jhorbam, en el lapso comprendido entre el 2009 y el 2010.

En el 2001 me fui para Italia, duré seis años y me devolví en el dos mil siete, en octubre del dos mil siete. Y pues no, nunca me he arrepentido de haberme devuelto. Esta empresa yo la cogí, como dicen “una empresa es una mesa”, esta tenía cojas todas las patas y aún sigue teniendo algunas patas cojas, pero cuando yo la cogí era muy triste: Había robo continuo, en la parte productiva se desperdiciaba exageradamente. Había mucho desorden, se perdía mucho tiempo. También toda la parte económica, el flujo de dinero, la parte de mercadeo no existía. (Aristizábal, 2015)

El acompañamiento por dos años de Doña Teresa fue eso, ya que quien tomaba las decisiones era Yara Aristizábal, algunas de sus decisiones no fueron tan adecuadas y eso en el mercado se traduce en pérdidas, un duro aprendizaje.

Mi mamá fue empírica y ella sacó adelante su empresa empíricamente, además mi mamá es muy pila, mi mamá es toda echada para adelante. Trabajamos juntas dos años, en los cuales ella me transmitió toda su información, me hizo caer en errores para que aprendiera. Salía un contrato y yo le decía: "Hagámosle, hagámosle" y ella no me decía no. Muchas veces aprendí perdiendo, porque así es que aprende uno, perdiendo, y más en este mundo. Pero le agradezco, que también no fueron pérdidas muy grandes, además de todo aprendí. (Aristizábal, 2015)

A partir de 2010 Yara Aristizábal asume completamente la responsabilidad de la MiPyme, hasta ese momento, la organización se todavía se denominaba Calzado Jhorbam.

En el dos mil diez quedé sola en esta empresa, ahí fue cuando yo empecé a ver las cosas desde otra óptica yo ya tenido un año con mi mamá, solas las dos y ese año se fue, ya en el dos mil diez yo ya estaba sola. Mi mamá tenía algunos problemas con el nombre de la empresa como tal, con un empleado que la demandó. (Aristizábal, 2015)

Dos años más soporta Yara Aristizábal la misma estrategia que traía su mamá. Dos años en donde se entera de primera mano de algunos procedimientos aceptados que se llevaban a cabo al interior de la MiPyme, procedimientos que se traducían en dificultades. La dificultad se manifiesta si algunos de los empleados, asumen una postura poco adecuada frente a las políticas de producción de la MiPyme, a manera de ejemplo, Yara Aristizábal detalla, a continuación, el poco cuidado de los guarnecedores con la baja calidad de sus trabajos y en últimas con el cuero, cabe recordar el alto costo que tiene este tipo de materia prima.

Tenía tres Guarnecedores, tenía uno de planta y dos que eran satélites, trabajaban en su casa y me traigan terminado el zapato. De todas maneras, eran muchos procesos y mucha gente, lo intenté por dos años, pero fue muy extenuante, yo pienso que perdí mucha plata porque no hacían las cosas bien, se tiraban los cortes. (Aristizábal, 2015)

Algo no encajaba, con la estrategia de producción y el modelo de negocio. Para beneficiar a la MiPyme cada trabajador (guarnecedor, solador, entre otros) tiene que realizar una cantidad de trabajo, que se refleja en un número de piezas producidas por día, esa es la *tarea* o la *curva* diaria de trabajo, un promedio razonable de producción estaría entre los 12 y los 15 pares de zapatos, y sobre estos números de tarea se consolidan proyecciones de sostenibilidad económica. La dificultad aparece cuando los empleados, por alguna razón dejan de hacer el número requerido de zapatos, a ese faltante se le denomina 'muerto', que muchas veces terminaba como zapato pago, ya que como empleados tienen un sueldo fijo.

Yo cometí un error que fue el que hace sobre medidas no puede hacer tareas, no les da el tiempo y uno termina pagándoles al de tareas y al de sobre medidas, de todas formas. Entonces yo que hice, yo les pasaba tareas para nivelarles el trabajo, pero el tiempo les daba para hacer solo sobremedidas. Porque muchas a veces perdían tiempo, porque no tenían los tacones, porque no había la plata para comprar el

cuero, les hacía falta la suela. Se les presentaban los implementos y ellos no se centraban en una sola cosa, entonces no podían ponerse a hacer todo porque llagaban por la sobremedida y tenía que terminarla urgente, porque venían por ellas en una hora, y aún faltaba ensuelear el zapato. (Aristizábal, 2015)

Como empresario es necesario realizar lecturas crudas de la situación y tomar decisiones escaladas al carácter de la crisis.

Las complicaciones se fueron presentando entonces me puse a hacer un análisis económico y miré realmente cuánto se pagaba en nómina, miré también cuantos pares se producían. Con esto me di cuenta de que estaba perdiendo mucha plata, los zapatos me estaban saliendo exageradamente caros, porque terminaba pagándoles tareas que no me hacían, terminaban robando o haciéndolas mal y terminaban a veinte mil o a diez mil pesos por hacerlas rápido, porque si no las hacía se quedaban con muertos, con muertos es como nosotros les llamamos a los pares de zapatos que se les pagaban pero que no han hecho, y con el análisis económico me di cuenta de eso. Se supone que yo por trabajar al por mayor, se supone, que sacando costos yo sacaba un zapato en treinta y cinco mil pesos, pero en realidad cuando me puse a ver nóminas versus pares producidos me salían a setenta mil pesos. Yo dije no más, fueron dos años los que necesité para darme cuenta y mi mamá se la pasó treinta y cinco años en esto, tapando huecos, pidiendo plata prestada. (Aristizábal, 2015)

Después del análisis costo beneficio Yara Aristizábal, toma la decisión definitiva con respecto a Calzado Jhorbam e inicia su tránsito hacia otra MiPymes, pero con toda la experiencia y tradición ganada a lo largo de poco más de treinta años.

Me di cuenta de que se estaba perdiendo plata, entonces qué hice: Cerrar la fábrica. Yo no la podía cerrar del todo porque igual yo tengo aquí un nicho de mercado que es muy bueno, aparte de eso imagínese yo pagaba un millón de luz porque aquí es comercial. Cuando cerré la fábrica, comencé a pagar doscientos cincuenta mil pesos de luz. (Aristizábal, 2015)

Proporcional al tamaño y naturaleza del problema se toman algunas decisiones.

Entonces decidimos cambiar la razón social, y yo después de mucho pensar me decidí por "Calzado Yara Aristizábal". Y así se quedó, desde el dos mil diez. Pero nos quedamos en el mismo lugar, con la misma clientela, ya teníamos más claro cuáles eran nuestras líneas de negocio. Entonces empecé a hacer unos talleres con cámara de comercio para poder estructurar y organizar la empresa, yo estudiaba e iba y venía, mientras la niña (hija) ya estaba en el colegio. Fue como hasta el dos mil doce, yo trabajé con la misma estrategia con la que venía mi mamá, éramos acá más o menos quince empleados en total, entre vendedoras, la persona que está en la puerta que sirve de impulsadora, estaba el que emplantillaba, estaba el cortador, el modelista, guarnición, teníamos una persona que nos hacía vueltas... éramos en total quince personas. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

El tránsito hacia Calzado Yara Aristizábal implicó salvaguardar mucho de lo que era Calzado Jhorbam, entre otros aspectos: el know-how de los zapatos sobre medida, sobre todo los Zapatos Drag Queen, los usuarios, el modelo de negocio, etc. Pero también implicó ajustar otros aspectos, por ejemplo, el cambio de la estrategia.

Ahí fue cuando cambie la estrategia: cerré la fábrica y ya voy para tres años, en el 2015, sería el tercer año en el cual cerré la fábrica. Que hice yo, para mis sobremedidas tengo mis tres satélites las más viejas, es decir, todo lo que es la línea Drag Queen, transgenerista, tengo dos satélites que me las hacen. Para la línea

especializada, digamos que tenga problemas en los pies como: juanetes, un pie más corto que el otro, números pequeños, todo eso lo fui encaminando por otro lado. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

El cambio es fundamental en los momentos de crisis. El cambio hace parte de estrategia definida para este caso por el responsable. Tal como lo refiere Yara Aristizábal la situación de su organización era insostenible así que, las decisiones coyunturales que tomó en 2012 fueron tajantes: por un lado escalar el tamaño de los empleados, esto es, de los productores que tenía de planta dejar únicamente a uno y ajustar el modelo de contratación (de muchos de ellos) a la condición de satélites; especializar las líneas de producción a zapatos sobremedida (en los que clasifica los zapatos Drag Queen) y otro que ella define como innovador (trabajos especializados de diseñadores o de estudiantes de diseño), no deja de lado la comercialización de zapatos formales (líneas de zapatos clásicos para mujer o para hombre que normalmente comercializa a las concesiones). La estrategia se caracteriza por mantener aspectos, actores, situaciones que han funcionado bien, es el caso de “el sitio” geográfico dónde se localiza el almacén y el taller, además, de preservar el modelo de negocio y el protagonismo papel de las vendedoras – impulsadoras que acompañan el trabajo desde la época de Doña Teresa.

El subtítulo de esta tesis hace referencia al estudio de “algunas micro – pequeñas organizaciones productivas (MiPymes)”, concentrar todo el estudio de caso y el trabajo etnográfico en una sola organización productiva al parecer es precario y me preocupaba inicialmente ya que no reconocía todo el potencial de trabajo, de análisis, de relación que tenía por delante. Era necesario dejar de hablar desde la generalidad de los problemas que agobian a las MiPymes y darle un “rostro humano” al estudio. Era importante detallar “exhaustivamente” las características, que, si se hubiera utilizado un estudio comparativo con otras MiPymes, seguramente habrían pasado por alto. Sólo el trabajo etnográfico detallado me llevo a unas conclusiones insospechadas inicialmente. Permitted construir sentido en torno a los límites que definen y caracterizan la construcción social de conocimiento creativo en la MiPyme Calzado Yara Aristizábal, comprendí que, a pesar de tanta política gubernamental, la cotidianidad de crisis de las MiPymes es compleja. Hacer empresa para las MiPymes es difícil, ya que su cotidianidad está marcada por la sobrevivencia, es a fuerza de unos valores sociales construidos a partir del mundo del trabajo. Valores que se expresan en las condiciones de precariedad y que representan una permanente lucha por resistir ante circunstancias adversas. El conjunto de valores es lo que tradicionalmente ellos denominan “el rebusque”. La experiencia de las situaciones de borde ofrece un panorama de rebusque que implican ajustes, eliminación, cambios.

Muchas veces ajustes coyunturales otras no tan relevantes, eso denota la naturaleza del día a día de la MiPyme. Las decisiones se deben tomar en ocasiones con urgencia, es complejo soportar el tránsito de la información por cada uno de los departamentos de la organización y ser testigos de cómo la información va ascendiendo jerárquicamente, esas latencias son muestra de dificultades en los circuitos de información de la misma organización. Las situaciones de urgencia no dan espera y es necesario actuar de manera inmediata, ajustando o cambiando lo que sea necesario, para salvaguardar la sostenibilidad. Es necesario pensar y actuar en estrategia y con inmediatez. Son aspectos que se desarrollan en el siguiente capítulo revelando diversas maneras de dispositivar la creatividad.

3. La Dispositivación Creativa

Situar los Zapatos Drag Queen, implica reconocer las diversas crisis que conformaron a Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal como organizaciones primero comerciales y luego como productivas, a lo largo de poco más de 40 años. Haber logrado sostenerse por tanto tiempo en un mercado tan competitivo, implica cierto tipo de éxito, o sea tanto su modelo de negocio desagregado como visibilidad, disposición y asociación, como su modelo de producción consolidan una manera muy particular de ver y resolver el mundo, pero al mismo tiempo las particularidades de cómo las crisis fueron dejando huella no solo en la organización sino en las personalidades de Doña Teresa y de Yara Aristizábal son importantes. En este capítulo se procura develar analíticamente la naturaleza de las diversas respuestas dispuestas a cada una de las crisis y cómo se logra consolidar una estructura mediante la cual se dispositiva creativamente la MiPyme. Ante las crisis ¿cómo fueron las jugadas? Para dar respuesta a esta inquietud me instalo, primero en Lyotard (1994) y su “parología” como jugada. Lyotard (1994: 110) establece la “parología como una ‘jugada’, de una importancia a menudo no apreciada sobre el terreno, hecha en la pragmática de los saberes”. Uno se ve tentado a relacionar la jugada parológica con aspectos que tradicionalmente se manejan en los análisis de las organizaciones productivas, es el caso de la innovación y más adelante aspectos de “competitividad” y “valor” entre otros. Lyotard (1994: 110) no identifica ningún tipo de dificultad, en el sentido de utilizar una o la otra, siempre y cuando se tenga presente que la innovación es “controlada, o en todo caso utilizada, por el sistema para mejorar su eficiencia”, son miradas que no riñen más bien se complementan. El carácter situado de la creatividad posibilita reconocer una serie de “saberes¹² encarnados” que han sido construidos socialmente por la red de actores, pero sobre todo prestar atención a las decisiones de Doña Teresa Hurtado y de Yara Aristizábal como las encargadas de hacer sostenible cada una de sus MiPymes.

¹² En términos definidos por Foucault (1999) “Saber consiste en referir el lenguaje al lenguaje; en restituir la gran planicie uniforme de las palabras y las cosas. Hacer hablar a todo. Es decir, hacer nacer por encima de todas las marcas el discurso segundo del comentario. Lo propio del saber no es ni ver ni demostrar, sino interpretar”. (Foucault, 1999: 48).

3.1 Las jugadas Creativas

Cada jugada creativa se constituye a partir del carácter de sus crisis, de esta manera cada vez que se visibiliza la jugada, se instala en umbrales de la innovación. Es paradójico, ya que esta investigación centra sus reflexiones en torno a la *creatividad situada*, más no se puede dejar pasar por alto la referencia a la innovación. La dificultad a la que me enfrentaba se resumía en cómo relacionar la innovación al carácter que adelantaba la investigación. Más aún el equilibrio que se debía guardar para no detallar la innovación, ya que siempre existía el riesgo de convertirse en otro tema tan complejo que implicaría el desarrollo de otra tesis de doctorado. Propongo entonces, abordar la innovación como el “camino” que posibilitó la materialización de la jugada creativa, es por eso por lo que se habla de “dispositivación creativa”. Ante esta situación opté primero, por fortalecer el vínculo creatividad – innovación a partir del discurso de Yara Aristizábal (abordaje ético); segundo, relacionarlo frente al marco de referencias *organizacionales* ya establecido (abordaje ético). Yara Aristizábal, ha reflexionado sobre la innovación, pero quiero fundamentar inicialmente, la jugada creativa a partir de unas reflexiones sobre creatividad y algunas características que identifica al interior de la organización. Dice Yara Aristizábal.

De todas maneras, por la globalización, hay un tema que la creatividad se ve revuelta con lo que uno ve, con las ideas que ya están en el momento. Pienso que las empresas deben tener un espacio o un departamento de diseño, donde solamente proyecten diseño, digamos que ese es uno de mis fuertes, proyectar diseño. Pero hay veces que no tengo el tiempo suficiente, por las otras cosas que están en mi vida: familia y el mismo trabajo que no me da tiempo de dedicarme sólo a diseño. Hacemos constantes desarrollos de cosas, pero siento, que si hace falta mejorar el desarrollo de productos, que haya más creatividad e innovación.
(Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Yara Aristizábal evidencia que es necesario ‘mejorar’ algunos aspectos para fortalecer su organización productiva. Aquí empieza a manifestarse el “saber encarnado”. Una característica, que se identifica de entrada es que ella es el centro de “todo” en la organización, aunque ha aprendido a delegar algunas decisiones, las de diseño, creación e innovación necesariamente pasan por ella. Reconocer la naturaleza de dichos saberes implica, reconocer el desempeño o actividad de cada uno de los actores de la red socio - creativa y su incidencia en la organización productiva, implica reconocer las diversas incidencias e interacciones provocadas al tiempo que la responsabilidad asociada a las normativas desarrolladas para el funcionamiento, toda esta pragmática da cuenta de criterios de desempeño asociados al carácter performativo de Lyotard (1994)

“El criterio de performatividad tienen sus “ventajas”. Excluye, en principio, la adhesión a un discurso metafísico requiere el abandono de las fábulas, exige mentes claras y voluntades frías, sitúa al cálculo de las interacciones en el puesto de la definición de las esencias, hace asumir a los “jugadores” la responsabilidad, no sólo de los enunciados, sino también de las reglas a las que los someten para hacerlos aceptables. Saca a plena luz las funciones pragmáticas del saber puesto que ellas parecen colocarse bajo el criterio de eficiencia: pragmáticas de la argumentación, de la administración de la prueba, de la transmisión de lo conocido, del aprendizaje a imaginar.” (Lyotard 1994, 112).

Lyotard (1994: 95), brinda algunas referencias del carácter de la performatividad “resulta de una nueva disposición de datos, que constituyen propiamente una “jugada”. Esa nueva disposición se obtiene, conectando series de datos considerados hasta entonces como independientes. Se puede llamar imaginación a esta capacidad de articular en un conjunto lo que no era. La velocidad es una de sus propiedades”. Dos aspectos están relacionados con la jugada creativa: uno lo relacional de aspectos independientes y dos, la rapidez de adaptación de la jugada. Hay otro aspecto que destaca Lyotard (1994: 97), siendo la “valoración del trabajo en equipo pertenece a esta imposición del criterio performativo en el saber”. Citando a Luhmann, Lyotard (1994) establece que la organización no puede operar sino: reduciendo la complejidad y suscitando la adaptación de las aspiraciones individuales a sus propios fines.

“Reducir la complejidad viene exigido por la competencia del sistema en lo que se refiere al poder. Si todos los mensajes pudieran circular libremente entre todos los individuos, la cantidad de informaciones para tener en cuenta para hacer las elecciones pertinentes retardaría considerablemente la toma de decisiones y, por tanto, la performatividad. La velocidad, en efecto, es un componente del poder del conjunto (...) Es posible dirigir las aspiraciones individuales por medio de un proceso de “cuasi aprendizaje”, “libre de toda perturbación” a fin de que lleguen a ser compatibles con las decisiones del sistema. Éstas últimas no tienen que respetar las aspiraciones: es preciso que las aspiraciones aspiren a esas decisiones, al menos a sus efectos. Los procedimientos administrativos harán “querer” por parte de los individuos lo que el sistema necesita para ser performativo”. (Lyotard 1994, 111).

Las pistas ofrecidas por Lyotard (1994) en cuanto al carácter performativo de la jugada integran un conjunto de aspectos que servirán de umbral de aproximación comprensivo de cómo se realizaron las jugadas al interior de la MiPyme Calzado Jhorbam y luego Calzado Yara Aristizábal para mantenerse hasta el día de hoy, por más de 40 años batallando, pero además permitirá comprender en caso tal si no funcionó, de qué manera y qué tan rápido se ajustaron las reglas de juego. Es necesario profundizar un poco más la relación creatividad – innovación, para lo cual se utiliza la política como agente cohesionador. Es decir, a partir de las relaciones que se establecen a partir discurso – experiencia y la acción, me instalo en una creatividad dispositiva con un propósito, en términos de la organización, se deberá dar cuenta del discurrir a partir de la naturaleza de las relaciones

que se constituyen entre el discurso convertido en acciones. Localizar o situar el conocimiento creativo entraña, como lo dirían Ashmore y Restrepo (2014: 6)

“Comprender un peso político, pero también la escogencia de un marco y posibilitar un enmarcar, de tal manera que relacionar otro tema de manera entrañable con localizar, es comparar – el acto de comparar, la práctica de hacer comparaciones. El comparar tiene, todo un peso político, pues para comparar tienes que escoger un marco y este enmarcar se hace a menudo siguiendo parámetros que se dan por sentados de lo que ha sido construido como lo normal, lo apropiado, y lo estandarizado. Necesitamos hacer explícito lo que está en juego y la política que ilustra ciertas líneas específicas del pensamiento comparativo, que están entrelazadas en los conceptos mismos y en las escalas por medio de las cuales, al pensar un ejemplo, pensamos en trazar una comparación”. (Ashmore y Restrepo 2014: 6)

Es así como se fortalece la idea “líneas específicas de pensamiento comparativo” es importante, para entrar a caracterizar las dinámicas de negociación y la red socio – creativa al interior de la MiPyme Calzado Jhorbam - Calzado Yara Aristizábal, la política se ha de establecer cómo *relación*. Es prioritario que dichas líneas visibilicen el carácter político de cada jugada. De esta manera, entrar a detallar la MiPyme como organización política, requiere la “develación” y el “análisis” de diversos sustratos en donde el conjunto coordinado de actores heterogéneos participa activamente de la construcción social del conocimiento creativo, más adecuado para el desarrollo y la producción de los Zapatos Drag Queen, además de su comercialización. Caracterizar cómo la MiPyme interactúa tanto con políticas actores, como con gremios establecidos, entre otros son aspectos que van a determinar algunas de las diversas dinámicas socialmente creativas del comportamiento de la MiPyme como *organización*, pero al mismo tiempo la referencia de ordenamientos al interior de la MiPyme, que en términos de Moore citado por Restrepo Forero (2007), “no se pueden dar por sentadas las divisiones que los actores trataban de establecer, o que daban por sentadas, como si estas demarcaciones no fueran parte de la dimensión política de los debates mismos”. De esta manera, entran a jugar de manera conjunta, la perspectiva de los estudios sociales de la tecnología junto a los desarrollos sobre *organizaciones*.

La política, no habla de individuos, más bien de las personas en los colectivos, en términos de Arendt (1993: 144), se basa en la “pluralidad de los hombres”. La política para Arendt (1993), “trata del estar juntos y los unos con los otros, de los diversos. Los hombres se organizan políticamente según determinadas comunidades”, de tal manera que al interior de la MiPyme es necesario tener en cuenta a la diversidad de actores que conforman mundos y colectivos, que interactúan: vendedoras, administradores, modelistas, guarnecedor, a quienes suplen materiales e insumos, arrendatarios, guarnecedor, solador,

las Drag Queen, a Yara Aristizábal, a Doña Teresa, los gremios, las asociaciones de calzado, entre otros. La condición indispensable de la política es la irreductible condición humana, expresada en el hecho de que “somos alguien y no algo”. El sentido de la política es la libertad, entendida por Arendt (1993) como característica de la existencia humana en el mundo. Los humanos, sólo son libres mientras actúan, nunca ni después, porque ser libre y actuar es una y la misma cosa. Así, pues, en política lo está en juego no es la vida sino el mundo, como espacio de aparición. Solamente en la libertad de nuestro hablar los unos con los otros emerge el mundo, como eso sobre lo cual hablamos. La libertad para independizarse e iniciar algo nuevo y nunca visto, o la libertad para interactuar por medio del discurso con otros muchos y experimentar la pluralidad en la que siempre consiste el mundo en su totalidad, algo que puede alcanzarse por medios políticos. En este sentido, los humanos sólo son libres mientras actúan, nunca ni después, porque ser libre y actuar es una y la misma cosa. Así, pues, en política lo que está en juego no es la vida, sino el mundo, como espacio de aparición.

Cuando aborda la condición humana Arendt (1993: 29), la explicita a partir de: labor, trabajo y acción; concentra la atención en la ‘acción’¹³ como

“única actividad que se da entre los hombres sin la mediación de cosas o materia corresponde a la condición humana de la pluralidad, al hecho de que los hombres, no el hombre viva en la tierra y habiten en el mundo. La acción, se compromete en establecer y preservar los cuerpos políticos, crea la condición para el recuerdo, esto es, para la historia. La acción, sin embargo, sólo es política si va acompañada del discurso. La tarea de la teoría social o política consistiría en tender puentes entre pensamiento y acción y, por tanto, nos diría qué pensar para que podamos saber cómo actuar. Mediante la acción y el discurso, los hombres muestran quiénes son, revelan activamente su única y personal identidad y hacen su aparición en el mundo humano, mientras que su identidad física se presenta bajo la forma única del cuerpo y el sonido de la voz, sin necesidad de ninguna actividad propia”. (Arendt 1993: 203).

De esta manera cada acción, de cada uno de los actores, además de sus colectivos, que conforman la MiPyme junto con los discursos particulares y colectivos posibilitaran su inserción al mundo humano, y esta inserción Arendt la considera, un *segundo nacimiento*. La acción continúa Arendt (1993: 201) puede estimularse por la presencia de otros cuya

¹³ Para Dubet (2010) “La acción se define por la naturaleza de las relaciones sociales. Una acción es una orientación subjetiva y una relación [...] Podemos considerar que esa orientación no se desarrolla más que dentro del tipo de relación que le corresponde y, de manera complementaria, que un tipo de relación llama a un tipo de orientación. La articulación de ambas dimensiones constituye una lógica de acción [...] La acción es social en la medida que señala siempre, más o menos directamente, hacia el prójimo”. (Dubet, 2010: 99).

compañía deseamos, pero nunca está condicionado por ellos; su impulso surge del comienzo que se adentró en el mundo cuando nacimos y al que respondemos comenzando algo nuevo por nuestra propia iniciativa. Esto quiere decir que la naturaleza de las acciones está asociada a nuevos nacimientos, o sea con una naturaleza nueva o novedosa, que procuraré resolver un poco más adelante, cuando registre las diversas maneras como se dispositivian las acciones, como discurso de las negociaciones realizadas para la construcción social de conocimiento creativo, al interior de la MiPyme analizada.

3.2 La Innovación como Red de Acciones

El conocimiento creativo dispositivado o la integración situada de creación, discurso y socialización derivarán en acciones, cuyo propósito particular será mejorar la competitividad de la organización productiva. El ejercicio resulta interesante ya que de una u otra manera la toma de decisiones, las jugadas (traducidas en términos organizacionales), las crisis, los aciertos, los desaciertos al interior de la organización implican, en muchos de los casos, tener en consideración la participación o pasiva de los actores que constituyen la red socio - creativa de negociaciones. Acá se consolida la trascendencia de cómo al interior de la organización son capaces de transformar el conocimiento creativo construido socialmente en innovación. La innovación se relaciona directamente con cierto tipo de éxito de la organización, en la dispositivación de la creatividad, frente a las crisis. Por ejemplo, Akrich, Callon, y Latour (2002) hablan de la facilidad de explicar retrospectivamente el éxito como un golpe de genio o el fracaso como un error flagrante. Plantean lo fácil que es analizar en retrospectiva la construcción de la innovación y el devenir del innovador cuando navega con las trampas que lo acechan. Los autores, examinan como la verdadera historia de innovaciones no suele seguir una estructura sencilla; está hecha de adaptaciones, series de prueba y error y un sinnúmero de negociaciones entre numerosos actores sociales. Para Burke (1998: 16), el mecanismo fundamental de innovación es la forma como las cosas se juntan y relacionan. Este aspecto es gran importancia ya que de entrada rompe la estructura lineal de la innovación, en este sentido Callon (1989) retoma las incontables críticas de la noción del proceso lineal de la innovación

“Esta noción describe el desarrollo tecnológico como una sucesión de pasos desde el origen o nacimiento de una idea (invención) hasta su comercialización (innovación)¹⁴ por vía de su desarrollo. Además, plantea que, es frecuente creer que el inicio del proceso de innovación los problemas serán solucionados básicamente por consideraciones técnicas y económicas, sociales y políticas o ciertamente las consideraciones culturales vendrán a jugar únicamente en una etapa tardía”. (Callon, 1989: 83)

Callon (1989: 84) continúa, cuando discute que, desde el inicio, lo técnico, científico, social, económico, o las consideraciones políticas han estado inextricablemente ligadas al todo orgánico. En tanto que, Escorsa y Valls (1997: 20), son más taxativos al vincular la innovación con la naturaleza de su impacto positivo o negativo, resolviéndolo en términos del éxito o fracaso, “la innovación acaba con la introducción con éxito en el mercado. Si los nuevos productos, procesos o servicios no son aceptados por el mercado, no existe innovación”. De otra parte, Chiapponi (1999: 84) propone diversas maneras en las que se puede manifestar la innovación

“En la actualidad son muchísimos los sistemas de clasificación de las innovaciones y aún más numerosos son los criterios concretos de distinción y discriminación que cada uno de ellos asume como fundamento. Algunos de esos criterios se basan sobre el objeto de la innovación y distinguen, por ejemplo, entre innovación de proceso y de producto. Otros hacen referencia a la organización en fases del proceso innovador y de la actividad de investigación que lo sustenta (relación entre invención, innovación y difusión; entre investigación de base, investigación aplicada y desarrollo) o la distribución y gradación en el tiempo del proceso innovador (procesos “evolutivos” que se manifiestan con avances continuos e imperceptibles en un breve periodo o fuertes discontinuidades que dan lugar a verdaderos y propios “saltos” tecnológicos). Otros aun expresan un juicio sobre el grado de incidencia en el contexto económico y sobre el valor social de cada innovación, así como sobre su penetración y profundidad (innovaciones incrementadoras, innovaciones radicales, cambios de sistemas tecnológicos cambios de paradigmas técnico - económicos)”. (Chiapponi 1999, 84)

¹⁴ “Los variados estudios sobre la innovación han sido llevados a cabo por los economistas, en la búsqueda de las condiciones de éxito en la innovación (...) Esta literatura toma los mismos caminos reminiscentes de los tempranos días de la sociología de la ciencia, cuando los científicos del conocimiento trabajaban apoyados en la idea de la ‘caja negra’ (...) Recientemente los economistas han empezado a mirar al interior de la caja negra. La falla al tomar en cuenta dentro del contenido de los resultados de la innovación tecnológica es el uso del amplio modelo simple lineal para describir el proceso de innovación. El número de etapas de desarrollo asumidas en estos modelos, parecen bastante arbitrarias (...) Sin embargo tales estudios han indudablemente contribuido en mucho a la comprensión de las condiciones para el éxito económico en la innovación tecnológica, porque ellos ignoran que el contenido tecnológico no puede ser usado como la base para la visión social constructivista de la tecnología (...) Esa preferencia por innovaciones competentes, parecen dirigir los académicos para asumir que el éxito de un artefacto es un desarrollo subsecuente. Historiadores de la tecnología frecuentemente parecen conformarse con depender sobre el éxito manifiesto de los artefactos como evidencia que no hay más explicación sobre el que trabajo que esté acabado”. (Pinch y Bijker 1989, 22).

Consolidar la innovación al interior de la organización una base de acciones, intereses, valores, capacidades, recursos para dispostrarla; al tiempo que implica constituir un tipo de “cultura innovadora” que pueda garantizar su sostenibilidad. Nuevamente Cortés y Quintero (2011: 26) entienden por cultura innovadora

“El conjunto de valores y prácticas culturales de los diferentes empresarios, directivos y trabajadores, que permite a las organizaciones establecer una relación tanto al interior como con el entorno de la empresa (trabajadores, usuarios, proveedores, consultores, universidades, organizaciones financieras y de formación y organismos del sistema de innovación), para adoptar y transferir conocimiento y en general para realizar cualquier innovación. Estos factores están relacionados con las estrategias (tecnológicas y organizacionales) utilizadas por los empresarios y directivos, así como con el estilo de dirección, la valoración y participación que se da a las personas en la empresa. Identificar los valores y prácticas culturales de los agentes que facilitan los procesos de innovación en las MiPymes (el tipo de relaciones que se fomenta y establece entre los trabajadores, la valoración que los empresarios dan a la participación de estos últimos, la valoración que los empresarios le dan a la ciencia y la tecnología, etc.); pero también identificar las dificultades que se presentan en el proceso de innovación por la presencia de diversos intereses entre los actores”.

El concepto de la cultura de innovación adoptado define el conjunto de valores y prácticas culturales de los diferentes empresarios, directivos y trabajadores, según el cual las organizaciones pueden establecer una relación al interior de la empresa (usuarios, proveedores, consultores, universidades, organizaciones financieras y de formación y organismos del sistema de innovación), para adoptar y transferir conocimiento y, en general, para realizar cualquier actividad de innovación. Para Cortés y Quintero (2011: 101) “estos factores están relacionados con las diversas acciones organizacionales utilizadas por los empresarios y directivos, así como con el estilo de dirección, la valoración y participación que se da a las personas en la organización; elementos que conforman a su vez la cultura empresarial, pero que sumados a habilidades e iniciativas específicas para traer nuevas ideas a la empresa, así como para realizar la gestión del conocimiento, constituyen la cultura innovadora”. Ahora ¿De qué manera se puede dispostrar la cultura innovadora al interior de la organización? La respuesta a dicho cuestionamiento nos arrojará luces acerca de cómo proceder investigativamente en adelante. Uno de los primeros aspectos a trabajar tiene que ver con la relación innovación – competitividad, a partir de la **competitividad** como un indicador de la condición en la que se encuentra tanto una MiPyme hasta un país, en términos de innovación. Por ejemplo, en el índice mundial de innovación Colombia ocupa el puesto 65 para el año 2017, en el año 2016 ocupó el puesto 63, así lo denota Blasco (2017), cuando se refiere a dicho escalafón de innovación,

“En lo que respecta a innovación, América Latina no ha cambiado mucho en los últimos años. Al menos así lo refleja el recién publicado Índice Mundial de Innovación 2017, elaborado conjuntamente por la Universidad Cornell /EE. UU., la escuela de negocios INSEAD y la Organización Mundial de la

Propiedad Intelectual (OMPI). Ninguno de los países de la región figura entre los 25 primeros del mundo en dicho informe. Ni entre los 45. El puesto más alto de la clasificación mundial lo ocupa Chile (el 46), seguido de Costa Rica (53) y México (58). La lista evalúa cada año la situación de 130 economías teniendo en cuenta una docena de parámetros, desde el gasto en educación hasta los niveles de inversión en desarrollo". Blasco (2017).

Colciencias (2008: 8), relaciona la innovación con la competitividad,

"innovación, es entendida como incorporación de conocimiento al proceso productivo, es una determinante de la competitividad y el crecimiento, ya que permite obtener nuevos procesos, productos y servicios, que al realizarse en el mercado modifican la capacidad de competencia de los productores. La fuente de toda mejora de competitividad es la acumulación de capacidades a nivel de la firma".

También para el Instituto de Biotecnología Universidad Nacional (2008: 6)

"la llave de la innovación, el motor de una organización, para aplicar conocimiento por un camino diferente a como lo hacía en el pasado, la capacidad para aprender y adaptarse rápidamente a las condiciones de cambio. La innovación debe ser entendida, como el proceso creativo que permita la generación del conocimiento, el desarrollo de nuevos productos y servicios. El conocimiento, la innovación y el desarrollo han sido fuente de ventajas competitivas y crecimiento económico".

En Porter citado por Escorsa Castells y Valls Pasola (1997: 20), "la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas mediante innovaciones. A corto plazo puede ser que la competitividad se derive de los precios y prestaciones actuales, pero a más largo plazo todas las empresas convergen hacia costes de producto semejantes y procesos y calidades homogéneas. Es decir, la competitividad se basa en saber crear unos productos de menor coste y más rápidamente que los competidores". (69). En la misma línea de Porter, "los cuatro factores determinantes de la competitividad de las empresas: usuarios, proveedores, entrantes potenciales en el mercado y productos sustitutos". (80). Ahora de qué manera el uso de diversas acciones enfocadas a un propósito en particular puede consolidar una "jugada organizacional". Sin embargo, ello no surge de manera espontánea, se requiere de experiencia y originalidad, traducidas en habilidades en gestión de conocimiento para no dilapidar los esfuerzos. Cuando se hace referencia a las jugadas, el propósito no es mostrar un paquete inconexo de 'apuestas' de parte de las organizaciones analizadas, más bien el interés será vislumbrar una 'red de acciones' que se han tomado históricamente y en la actualidad próxima y que redundan de una u otra manera en un grado de competitividad. Surge un cuestionamiento que define el carácter de competencia en un mercado tan dinámico ¿De qué manera vamos a salir de la crisis? Un referente inmenso lo encontramos en Yara Aristizábal, aquí reflexiona de manera integrada sobre algunas características que debe tener en consideración.

Son estrategias que han aparecido porque constantemente el mercado es cambiante, porque yo también cambié mi forma de producir, porque me daba cuenta de que con algunas cosas perdía, con otras cosas con las que me iba bien las establecí y las mejoré, y pues así es el mercado. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

La jugada será lo que caracteriza y diferencia la empresa de otras del mercado; puede decirse que implica la consolidación de un tipo de identidad denotada en términos de *competitividad* o de *valor*. Para el caso Escorsa Castells y Valls Pasola (1997: 69), sitúan la jugada en términos empresariales, planteándola como “estrategia empresarial que se mueve a tres niveles: las capacidades esenciales, los productos esenciales y los productos finales. Ellos consideran la *capacidad esencial* y la identifican como, aquel producto del aprendizaje colectivo de la organización, especialmente de la capacidad de coordinar las diversas técnicas de producción e integrar corrientes tecnológicas. Las capacidades esenciales deben satisfacer tres requisitos: proporcionar acceso potencial a una gran variedad de mercados, hacer la aportación a las ventajas del producto para el cliente y ser difíciles de imitar por los competidores”. (66). Estos últimos aspectos son los que estructuran el concepto de **valor**, los mismos autores lo relacionan con el concepto de *cadena de valor*, el cual requiere del análisis las distintas actividades de la empresa como diseño, marketing, desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos, con la finalidad de descubrir dónde y cómo se pueden obtener las ventajas competitivas. (54). La capacidad o valor (cadena de valor) de cada organización se podrán englobar en términos de una o varias estrategias. La estrategia se caracteriza por ser un constructo, que implica tener en consideración *las alianzas* en términos que las refiere Deleuze (1987: 62), que “pasan por pequeños grupos locales, constituyen relaciones de fuerzas (dones y contradones) y dirigen el poder. Pone aquí de manifiesto su diferencia con la estructura, en la medida en que las alianzas tejen una red flexible y transversal, perpendicular a la estructura vertical, definen una práctica, un método o una estrategia, distintos de cualquier combinatoria, y forman un sistema físico inestable, en continuo desequilibrio, en lugar de un ciclo de intercambio cerrado”. La estrategia, pretende anticiparse a una situación idealizada por la organización. Particularizando, para Escorsa Castells y Valls Pasola (1997: 48), “se ocupa de objetivos a mediano y largo plazo y, sobre todo, de las acciones adecuadas para lograr esos objetivos prefijados”. Surge en este punto otra inquietud ¿De qué manera materializan la estrategia? Es posible que la respuesta la encontremos en la identificación de esas “capacidades esenciales” que caracterizan a Calzado Yara Aristizábal, algunas pistas: cuando Yara plantea que “tiene dos líneas de negocios, una de calzado personalizado y la otra línea de negocios es hacer calzado innovador”, las dos líneas dan cuenta de cómo se construye socialmente el conocimiento creativo, pero al

tiempo dan cuenta de establecer variedad de oferta para el mercado, además de aportar ventajas tecnológicas a los zapatos, lo cual se traduce en la dificultad que tienen en la competencia para poderlos copiar. Yara Aristizábal detalla un poco más el aspecto innovador de sus productos.

Nosotros tenemos un producto, bastante innovador, en el sentido comercial. Para nosotros el sentido innovador es que manejamos: los últimos colores de la tendencia, o la última tendencia de tacones, o la última tendencia en modelos. Ese es un sentido de innovación, el otro sentido de innovación es para cuando trabajo para diseñadores, o estudiantes de diseño, donde proyectamos sus ideas. En ese sentido se maneja la innovación, pero aún con más creatividad, ya es lo comercial: el hacer unos zapatos para escalar, el hacer unos zapatos para un nicho de mercado, es decir, zapatos para cocinero. Entonces se desarrollan suelas especializadas, debe ser con materiales que aguanten el calor. Y así, con muchas de las cosas que trabajamos. Hay dos sentidos de innovación, nosotros estamos, uno de nuestros nichos fuertes de mercado son los diseñadores, que tienen ya su marca posicionada, y sobre todo diseñadores que manejan innovación en sus productos, es decir, mucha más innovación que la que manejamos en nuestro punto de venta.
(Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Yara Aristizábal marca la diferencia en creación - innovación y buen precio, pero sobre todo la calidad del zapato, brindando de paso un valor diferenciado que no se va a encontrar en el barrio Restrepo. Al mismo tiempo ella contrasta de entrada dos sentidos de innovación, pero como líneas de acción: una que desarrollan en Calzado Yara Aristizábal y otra derivada del servicio de apoyo a otros diseñadores. Lo interesante del carácter de las respuestas de Yara Aristizábal es que nunca pierde el centro de la perspectiva, de que “está en el barrio Restrepo”, reconociendo el carácter de la atmósfera competitiva en términos de que todo en el Restrepo, al final “se ve parecido” y cómo han de ser algunas acciones para diferenciarse.

*Porque de todas maneras yo estoy en un sector que es el barrio Restrepo, donde la gente no busca tanto innovación como precio, entonces yo debo estar ahí en el medio, en cuanto al cliente final mío, que es el que va a mi negocio. Ese cliente cuando va al Restrepo y llega a mi negocio dice ‘es que un lugar como este no encuentra aquí en el Restrepo’, o si no encuentran lo que buscan preguntan ¿usted no sabe de otro lugar, como éste? Y no existe. **En el Restrepo, todo se ve igual, parecido.** Cuando habla de los diseñadores, se les maneja, tendencia de moda, en cuanto a colores mucho más avanzados, para sus puntos de venta en el norte.* (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Concentrando la atención en los Zapatos Drag Queen se comprende la razón del porqué, en Calzado Yara Aristizábal pueden explotarlos como ‘capacidad esencial’ sin ufanarse, más bien detallando su complejidad y el valor agregado que va a marcar diferencia frente a otros productores y comercializadores es que “nada les queda grande” y que los zapatos independientes de su complejidad pueden ser producidos en 24 horas, si así lo requiere el usuario.

*Geográficamente hablando de Colombia, puedo decir que es innovador, porque nadie lo hace. Eso nos hace innovadores. Es un producto innovador, porque lleva materiales diferentes, son difíciles de producir, los operarios no se consiguen fácilmente para que los hagan, porque tienen bastante trabajo en cuanto a mano de obra. En cuanto a producto también, son tacones que no se consiguen fácilmente, son materiales que no se consiguen fácilmente, por eso es un producto innovador, por ser productos únicos (...) Este producto no será de un día para otro, ya que el operario de soladura, es decir el que monta tacón con suela microporosa, se tarde un día entero haciendo un zapato. En 24 horas es imposible tener un par de éstos. Pero a nosotros **no nos queda nada grande**. Si nos toca, yo contrato para que los operarios se queden trabajando hasta tarde de la noche, o para que pasen de largo. Yo siempre soluciono, en ese sentido somos muy creativos: le mandamos por la comida, se les da un extra para que se queden. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)*

Claro está, cada vez que sucede este tipo de situación ya se tiene establecido cómo debe gestionarse, era algo que también tenía encarnado Doña Teresa y que maneja muy bien Yara Aristizábal. Ella termina de ilustrarnos a partir del mundo que trae de su formación en Italia, pero situada a la realidad nacional.

Yo trabajo, por ejemplo, para Ricardo Pava, que es un diseñador de calzado masculino. Él desarrolla sus líneas, pero yo soy quien se las produce, y así con varios diseñadores. En la parte creativa de mi marca, intervienen varios factores: intervengo yo en diseño, por ejemplo, porque muchas veces yo desarrollo las colecciones, desarrollo los productos, intervienen las mismas empleadas, porque me dicen eso se está usando, me han pedido esto, ¿Por qué no hacemos algo así como esto? O interviene el cliente final, vengo de Europa y se está usando el charol, o quiero desarrollar esta idea que vi por internet, quiero desarrollar esta idea que vi en una revista, eso es un poco en cuanto a creatividad. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Lo anterior es un ejemplo de la manera como se dispositiva la creatividad a partir de la construcción social de respuestas emergentes acorde a las pequeñas crisis que han de ser resueltas de manera inmediata. La pretensión a continuación será revisar detenidamente una serie de acciones alrededor de Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal. Acciones que en conjunto se constituyen de manera estratificada (habrá algunas más relevantes para la génesis de los Zapatos Drag Queen, que otras). Dichas estratificaciones o capas sedimentarias, en términos de Deleuze (1987: 75), “son formaciones históricas, positividad o empiricidad. ‘Capas sedimentarias’, hechas de cosas y de palabras, de ver y de hablar, de visible y de decible, de superficies de visibilidad y de campos de legibilidad, de contenidos y de expresiones”. Una capa o sustrato de frontera de las decisiones que redundan en Calzado Jhorbam / Yara Aristizábal estarán alineadas con lo que podríamos denominar constitutivo de su cultura innovadora. El carácter de dicha cultura la encontramos abordada en Akrich, Callon, y Latour, (2002, p. 188), también en Cruickshank (2010) y en Escorsa Castells y Valls Pasola, (1997) cuando citan al trabajo desarrollado por Schumpeter entre 1934 - 1939, como manifestación ‘novedosa’ y ‘exitosa’ de la innovación (bien podría decirse que, para la novedad, los clásicos), parafraseando los cinco grandes casos planteados por Schumpeter y situados en Calzado Jhorbam – Yara Aristizábal, tenemos estos cinco aspectos, “la apertura de un

nuevo mercado”, “la introducción en el mercado de un bien nuevo”, “la introducción de un nuevo método de producción”, “la conquista de una nueva fuente de suministro o de productos semielaborados”, “la implantación de una nueva estructura en el mercado”, que se desarrollan a continuación:

3.2.1 La apertura de un nuevo mercado

Habla de la naturaleza del mercado, si este ya existía o no. No hay datos suficientes para identificar el momento en el que alguien empieza a demandar y a utilizar la fabricación de los Zapatos Drag Queen, lo que se sabe es que aprovechando el carácter “oportunista”, “repentista” y “flexible” de Doña Rosa Tocancipá y Florenia Beltrán aprovecharon la situación y la transformaron en oportunidad de negocio perdurable. Doña Teresa recuerda la circunstancia

Realmente, yo tenía dos empleadas que eran muy ‘pilas’ que se llaman Florenia Beltrán y Rosita Tocancipá. Realmente, digamos que el negocio estaba siempre en manos de ellas porque yo estaba en otras cosas, pensando en la fábrica, pensando en cómo sostener una empresa, es que sostener una empresa no se sostiene con un peso. Y ellas, al ver que el negocio se estaba quedando sin surtido, ellas empezaron como a decir ‘yo se lo hago sobremedida’, sobremedida, sí, eso era algo, eso no se usaba. (Hurtado 2015)

Sobre todo, es de destacar que Doña Teresa no se encontraba en el Almacén y quienes se encargaban de la MiPyme eran las dos empleadas. Hubieran sido otro tipo de empleadas poco comprometidas con la organización, dejan pasar la oportunidad y quedaría únicamente como anécdota, el momento en el que llega una persona pidiendo un tipo de “zapato especial”, un zapato con apariencia femenina (por su altura, la cantidad de accesorios, el tipo de colores texturas, entre otros) pero que los iba a utilizar un hombre. Esto implicó tener bien claro cuál era la naturaleza de la red de actores y de recursos de los cuales podían disponer, además de ponerlos a circular alineadamente para solucionar la “circunstancia” a la que se habían comprometido. La identificación de un nicho de trabajo tan especializado, además de haberlo relacionado e imbricado a la organización como producto que puede aportar valor diferenciado, que puede diferenciarlos de los demás competidores debido a la complejidad del trabajo, en cuanto al diseño y al desarrollo de los Zapatos Drag Queen. Complejidad traducida en todo el protocolo para realizar un trabajo sobremedida, en segunda instancia la posibilidad de darle gusto, en términos estéticos a los caprichos más sofisticados, además un tercer aspecto tiene que ver con brindar un producto ‘seguro’ ya que va a ser un zapato ‘casi imposible’, que resuelva el problema de las alturas, repensar los refuerzos estructurales, en términos del cambio del

centro de gravedad (hay diferencia entre los centros de masa del cuerpo de la mujer al cuerpo del hombre) aspectos que posibilite amplios grados de libertad y de movilidad. El zapato llega con ciertos aspectos relevantes tales como el zapato sobremedido, además de establecer el problema estructural del zapato con apariencia de zapato de mujer, pero para hombre.

Y empezamos a hacer (zapatos), teníamos hormas 40, 41, 42, hasta tengo un cuento, el primer par de zapatos que hicimos para Drag Queens, porque eran zapatos de hombre, pero para mujer, cuando todavía no se les decía Drag Queens, sino otra palabra. (Hurtado 2015)

Doña Rosa Tocancipá revela cómo se fue consolidando el comercio y la producción en torno a los Zapatos Drag Queen.

Empezamos a recibir sobremedidas de todo tipo, pero el mercado de Drag se fue dando a medida que 'me puede hacer unos zapatos así', 'no yo los quiero más altos, con un tacón más ancho', 'yo los quiero de un color especial', entonces cada día nos fuimos, prácticamente perfeccionando en este tipo de zapato, por requerimiento de los usuarios. Ellos nos dieron las ideas de tacones, pues uno en base a eso 'bueno, tráigame la foto', porque antes no había el internet tan fácil. Bueno si me trae la foto se lo hago lo más parecido, ellos ya empezaron a traer fotos, y otros a decir, que lo quería era el tacón así, la plataforma así, una puntica así, entonces, en base a eso nos fuimos perfeccionando más y les dábamos ideas, porque ya sabíamos y ellos traían otras ideas, y lo bueno es que Doña Teresa a todo decía que sí. (Tocancipá 2016)

La demarcación del tipo de producto a desarrollar (Zapatos Drag Queen), implica también la diferenciación del espacio en el almacén (la creación de un reservado, véase figura 3.1), pero también la estrategia de atención al cliente tiene que diferenciarse de las demás, en este sentido Doña Teresa refiere como eran atendidos los usuarios especiales

Efectivamente ese fue uno de los éxitos más grandes que yo tuve. Yo tenía una oficina pequeña atrás y ellos como muy disimuladamente me decían, "¿no tiene dónde medírmelo?" como en secreto. Y yo sí, "caminen pa'llá y allá se pueden soltar y pueden mirar", yo les tenía buen espejo, entonces ellos llegaban y se transformaban en ese sitio, que era un sitio pequeño y eran felices. Cuando el almacén estaba solo, ellos se ponían los tacones y podían salir y contonearse en el almacén, y eso, a ellos, les daba mucha felicidad. Mucha felicidad. Fue como el respeto hacia ellos, y hacia ellas, porque con las prostitutas también pasaba igual. (Hurtado 2015)

De igual manera Yara y sus vendedoras aprenden como desenvolverse con los usuarios

Aquí con respecto a ese mercado (Drag Queen), hay quienes se avergüenzan de que uno los atiende al frente de la gente. En el caso, por ejemplo, del señor cuando usted llegó. Él es un señor que no quería que lo miraran, yo no sé si te diste cuenta, él no quería que lo miraran por lo que se metió en el privado, nosotros tenemos un depósito donde hay una silla y ellos allá se pueden probar los zapatos sin necesidad de estar a la exposición del público, por qué mucha gente los considera un tabú. Viven con eso muy escondido en su vida, pienso yo. Tengo muchos usuarios que llegan una vez al año, algunos son doctores o de cargos importantes, vienen a comprar tres o cuatro pares para el año y no vuelven a venir por acá. En realidad, hay de todo, por qué los que son las travestis son personajes que, al comienzo, al contrario de los que no han salido del closet, son completamente despreocupados. Vienen con unos escotes que muestran todo, aunque también existen Travestis que son más recatados además poseen puestos muy importantes, yo tengo

travestis que son súper lindas y se les nota que son hombres, pero viven su vida como travestis, aunque se visten muy elegantes. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Figura 3-1: Ingreso al Reservado



Fuente: Propia.

Apoyarse en la diferenciación es una decisión adecuada, ante la complejidad de variables que implica sostener una organización comercial y productiva. Implica buscar nichos de oportunidad, en donde puedan destacarse competitivamente frente a otros que son pares en el mercado. Pero también, da cuenta de decisiones que en apariencia puedan ser triviales, como el caso, del espacio – reservado que Doña Teresa habilita para que los Drag más tímidos puedan probarse sus zapatos. Hasta el punto en el que la condición de vendedoras implica situarse en la condición del comprador

Pues realmente, yo trato de coger confianza con ellos y tratar de que se sientan cómodos, entran con pena porque son Drag Queen y al final dicen que los zapatos son para ellos, entonces yo trato de meterme en el cuento de ellos y los atiendo con todo el mayor de los gustos, son personas muy sencillas, y chéveres de atender de verdad. (Barrios, Primera entrevista - administradora 2016)

Otra manera de diferenciar se encuentra en la optimización de los espacios, recordemos que Yara Aristizábal paga un arriendo por el espacio, con el ánimo de mantener ciertos niveles de rentabilidad (y tener otro ingreso extra) segmenta su espacio de trabajo y crea lo que ella denomina las ‘Concesiones’ como espacios alquilados a particulares.

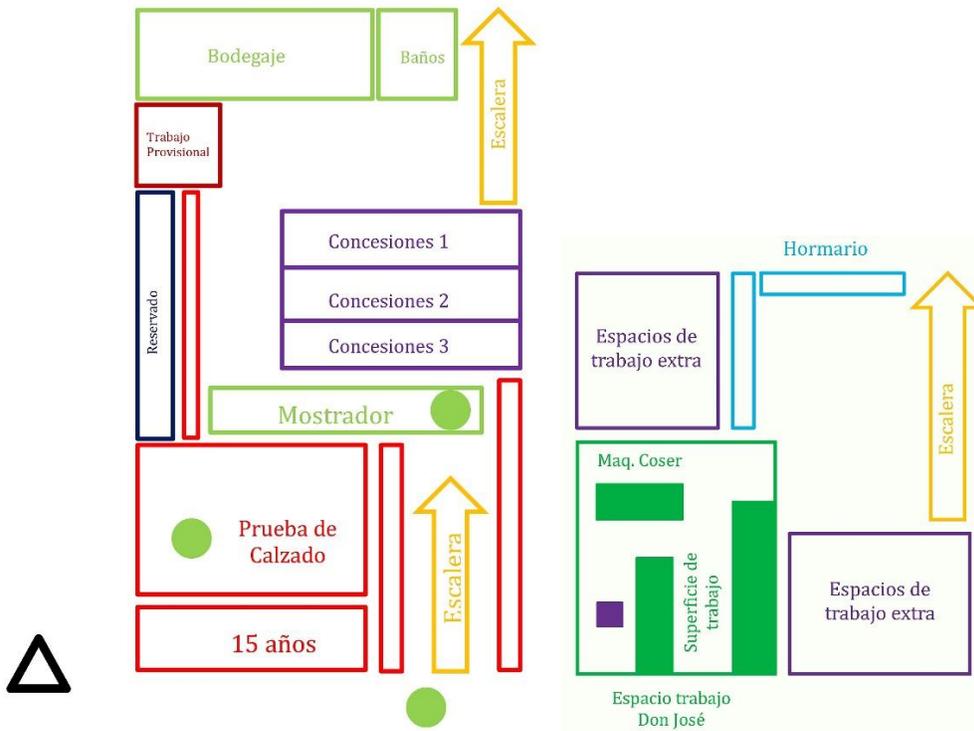
Bueno, digamos que las concesiones es una estrategia más, digamos para nivelar pues costos fijos. (Aristizábal, 12 de Mayo, 2015)

Derivado de las concesiones viene otra manera en la que se manifiesta la tecnología de la segmentación, tiene que ver con la estrategia de producción de los zapatos, tanto el espacio, como la capacidad instalada de Calzado Yara Aristizábal, limita algunas producciones, de tal manera que la organización concibe subcontratar antiguos trabajadores de la empresa como satélites de producción, pero adecuadamente escogidos acorde a las políticas de la organización

El espacio, y porque yo no fabrico todo. Ni tampoco compro todo. Entonces de todas maneras, la inversión no la hago yo, la hace un concesionario y yo lo que hago es alquilar el espacio. Obviamente trato de meter concesiones que no se pisen. Que no compitan ni con lo mío, ni con lo de ellos. Por ejemplo, hay baleta, hay botín plano, que son cosas que yo no hago, ni que tampoco compro (...) Yo no los produzco, yo no los produzco, ni siquiera con estas líneas que manejo yo, aquí te falta anotar inclusive más importante que las concesiones son los dos satélites que me producen lo que yo quiero, que es gente que también trabajaba conmigo, esos de sobre medidas y estos otros dos satélites me hacen al por mayor... Pero entonces yo les digo yo quiero sacar esto, con este material. yo les desarrollo el producto, inclusive muchas veces lo desarrollo como par único y después les entrego la muestra y les digo yo quiero que me hagan esto.
(Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Otra manera de aplicar la diferenciación se refleja en la manera en la que se van dividiendo los subespacios, además de las funciones asignadas a cada uno de ellos. Al paso del tiempo cada espacio va tomando un carácter diferenciador, del uso de otros espacios. En el tránsito de la etnografía, fue posible ser testigo de la transformación, del espacio denominado 'trabajo provisional' allí al comienzo, había acumulación de diversas cosas: algunas veces espacio de almacenaje, otras de archivo de patrones antiguos. En la actualidad el espacio se revitalizó integrándose en buena parte con el espacio vecino de bodegaje. Hoy en día se utiliza para otra de las ideas de Yara Aristizábal, como espacio académico donde imparte clases. (Véase figura 3.1.)

Figura 3-2: Representación en Planta del segundo y tercer nivel



Fuente: Propia.

El aprovechamiento del espacio, con un fin en particular: el espacio más importante por cantidad de área es el de 'prueba de calzado', un área similar la comparte el espacio de las concesiones, vale la pena recordar que las paredes están organizadas mediante entrepaños metálicos y allí se exhiben variedad de zapatos. También sucede algo similar en el siguiente nivel.

La apertura del nuevo mercado hubiera sido imposible si las emprendedoras del modelo de negocio Doña Teresa o Yara Aristizábal, hubieran intentado resolver todas las crisis y dificultades de manera solitaria. No hubieran sobrevivido, se habrían convertido en un dato estadístico más de la cantidad de "emprendimientos" que fracasan en los primeros tres años de trabajo. Necesariamente tuvieron y tienen que apoyarse en diversidad de la red de actores, para lograr esta finalidad por espacio de 40 años ¿Cómo estructura su equipo de trabajo? Yara Aristizábal tan pronto regresa de Italia, inicia un proceso de alianza con Doña Teresa, mientras que por su cuenta montaba un comercio en la Zona Rosa. A partir del año 2009 y hasta el 2010 ambas trabajan mancomunadamente manteniendo no sólo el modelo de negocio, sino la estructura organizativa heredada de Doña Teresa. Gracias a los análisis costo – beneficio, realizados por Yara Aristizábal (ya en solitario) fue necesario un ajuste dramático en la estructura organizativa, procurando salvaguardar el modelo de negocio y los usuarios tradicionales. Esto implicó que Calzado Yara Aristizábal, quedara con un equipo de trabajo básico, que dependiendo de la demanda puede crecer productivamente, hasta cierto punto, apoyado por los trabajadores satélites. La asociación como capacidad característica da cuenta de adquirir o tener una mirada escalada de los recursos con los que se cuenta y aquellos que no, para ordenarlos acorde a las circunstancias. Una mirada al mismo tiempo de bosque y de árbol, Yara Aristizábal lo traduce de manera adecuada cuando se caracteriza como una 'todera'

Pues digamos que, tampoco soy la todera porque pues yo no tengo tiempo de modelar a pesar de que lo estudié, no tengo tiempo muchas veces de atender usuarios, al público como tal los que entran por mostrador, los sábados sí lo hago porque pues es cuando más gente viene, pero de resto me toca estar un poco en todo, estar pendiente de que, pedido, de que no sé qué. Digamos que ya más... yo estoy en los dos lados, yo estoy un poco en producción, y un poco en el almacén. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Yara Aristizábal comprende y acepta que tiene que apoyarse en otras personas para abarcar detalladamente la cotidianidad de la organización, si ella puede estar un poco en cada uno de los procesos pero en momento alguno quedarse, más aún como lo hacía Doña Teresa en muchas ocasiones ella no está presente; aunque esto sucede la MiPyme como organización fluye de manera natural, gracias a esa red de actores de confianza; a

manera de ejemplo, los diversos oficios que desempeñan las vendedoras y la manera como se distribuyen el trabajo en la semana, ya que el Almacén no cierra ningún día. Dice Yara Aristizábal.

Tengo unas chicas, ellas se reparten entre ellas los días, trabajan dos de ellas y la de la caja, o sea tres están en el almacén. Y trabajan, se turnan una con una, otra, o sea un día la administradora, un día la niña de la puerta, un día la administradora... Y los fines de semana va mi suegro, a estar pendiente de ellas, a estar pendiente de la puerta, subir la gente, a estar pendiente de que todo pues, que el 'mostrario' esté bien puesto (...) Lo comercial, los que se encargan de la atención al público, de la venta mostrador, es decir cuando el zapato ya está terminado y bueno, de, de cosas varias, ¿no? como mirar lo que falta en el almacén, mirar los productos que van a llegar, analizar los inventarios, de ventas, de arreglar el almacén, de qué falta, qué numeración falta en las líneas que hay. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

También tiene claridad, en cuanto al variado rol que deben cumplir las vendedoras. Ser vendedora implica conocer la estructura de la organización, al tiempo de la red de actores que la soportan. También las vendedoras tienen el compromiso de velar por el "arreglo", el "stock", revisar tiempos de entrega y de otros compromisos.

Una niña que siempre está en la puerta (la impulsadora se llama Rosi), porque pues igual nosotros el hecho de estar en un segundo piso hace que mucha gente no suba. Entonces, la niña de la puerta sí es muy importante porque pues, de todas maneras, comercialmente es la que hace que suba la gente que compra. Es una impulsadora, ella también es vendedora a la vez y la otra es una persona que nos apoya en la parte, digamos, otra persona, pero yo a ella no la tengo como empleada como tal, sino que yo le pago a ella una, semanalmente, porque me maneje cajas. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Hay una persona que realiza el tránsito de las directrices de Yara Aristizábal a la organización y que funge como administradora y tiene la capacidad de resolver cualquier problema que se pueda presentar al interior del Almacén, cuando se hace necesario negociar una producción de mayor escala, la responsabilidad la asume Yara Aristizábal.

Graciela Barrios, se llama ella. Me parece a mí que, para ella, podríamos llamarla más como una administradora (...) Porque fíjate que la comercialización, por ejemplo, lo que son usuarios al por mayor lo manejo yo. Los usuarios por mayor muchas veces soy yo la que los atiende o por medios digitales o porque voy y los visito, o porque le sale la nueva colección entonces se le lleva, o cosas así. Pues yo lo que pasa es que trabajo, por decir unos 20-30 pares. ¿Por qué tan pocos? Porque yo trabajo igual productos exclusivos, entonces mi mercado... pues de pronto podría agrandarlo, ¿no? y buscar usuarios... pero en este momento, pues digamos que, hace parte de los proyectos que se quieren. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Yara reafirma la importancia del control de la gestión comercial

En estos momentos hay una persona trabajando conmigo, que es una persona que trabaja en la parte administrativa (...) me ayuda en la parte administrativa y me ayuda cuando hay que hacer 'vueltas'. Yo estaba buscando alguien que me ayudara a arreglar parte del almacén, organizarlo, bueno todo y que me hiciera vueltas, pero yo buscaba apoyo, la señora que apoyaba a mi mamá, ella me apoyaba el fin de semana la parte administrativa y una persona que venía una vez a la semana a digitarme todo. Vi la necesidad que esa parte administrativa se mejorara y decidí dejar a esta persona, que está trabajando ahorita conmigo (...) La idea con él, es que aprenda del negocio y con el tiempo irle soltando. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)

Graciela Barrios hace las veces de Yara Aristizábal cuando ella no se encuentra, es una persona de confianza, ya que en ella se delegan funciones vitales para el sostenimiento de la MiPyme. Pero además es una persona que conoce toda la dinámica de la MiPyme como organización. Ella se describe en los siguientes términos

Soy Graciela Barrios, soy la administradora del almacén, soy una persona que tiene demasiada paciencia primero que todo y segundo trabajo con Yara desde hace más de diez o doce años. La primera función es manejar sobremedidas, despachar órdenes, si no está la sobremedida llamar al cliente, también me toca, a veces, limpiar los zapatos, acá sale de todo un poquito. (Barrios, Entrevista 29 - 10 -2016)

En cuanto a la parte productiva Yara Aristizábal, se rodea de un productor de planta, Don José

José es la persona que me saca la línea más difícil de sobre medidas, ¿cuál es la línea más difícil? están los transgeneristas, las Drag Queen, que mandan a hacer productos muy exclusivos, está, me hace para las personas que tienen problemas en los pies, por ejemplo, necesitamos un realce... él es el que más, digamos que tiene la línea más complicada en sobre medidas, para él mandamos las cosas que se necesitan molde, o que tienen problemas en los pies, o que tiene una pierna muy gordita, o cosas muy exclusivas, por ejemplo, los estudiantes de diseño, yo también trabajo con estudiantes de diseño. Entonces, exactamente. Por eso hace tan poquitos, porque se necesita casi a todos sacarle prácticamente molde, casi a todos... un operario raso de por lo menos de guarniciones, que se sienta a coser, se alcanza a sacar en un día una tarea de 12 pares. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Dependiendo del volumen de trabajo se apoya en cuatro satélites, que ya tiene perfilados

También hay que analizar cuánto te puedo producir yo, y básicamente yo te puedo de todas maneras, sería importante en la organización hablar de los satélites porque yo tengo dos satélites. Que hacen sobre medidas, sólo sobre medidas. Esos dos satélites dependen de otras dos personas, o sea está la cabeza de ellos dos, y dos personas más. Y ya los satélites, que son los que me producen la línea que yo les propongo, o sea yo propongo el diseño, son otros dos satélites. Cuatro satélites, de los cuales dos son sobremedidas y dos son ... Calzado en línea, exactamente. Los dos satélites que me producen lo que yo quiero, que es gente que también trabajaba conmigo, esos de sobre medidas y estos otros dos satélites me hacen al por mayor... Pero entonces yo les digo yo quiero sacar esto, con este material. Yo les desarrollo el producto, inclusive muchas veces lo desarrollo como par único y después les entrego la muestra y les digo yo quiero que me hagan esto. Y de ahí para allá ya tengo otros proveedores, que ya serían proveedores como tal, es decir ellos desarrollan el producto y vienen y me lo proponen y yo les compro. Pero no de la línea por ejemplo de transgenerista y Drag Queen, esa no, esa la manejo yo sólo por este medio. Que inclusive es gente que trabajaba conmigo, de antes. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)

Otro aspecto fundamental tiene que ver con garantizar un stock y cierto inventario de zapatos variados, podemos hablar de zapatos de propósito general, esto lo resuelve Yara acompañándose de las 'concesiones'

porque yo no fabrico todo. Ni tampoco compro todo. Entonces de todas maneras, la inversión no la hago yo, la hace un concesionario y yo lo que hago es alquilar el espacio. Obviamente trato de meter concesiones que no se pisen (...) Que no compitan ni con lo mío, ni con lo de ellos. Por ejemplo, hay baleta, hay botín plano, que son cosas que yo no hago, ni que tampoco compro. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016).

En algunos casos se integran funciones, no necesariamente con los mismos empleados, para el caso, Yara explica cómo lo gestiona

Lo que pasa es que es la que maneja la concesión y ella es amiga mía, o sea confío en ella por eso hago, delego en ella el manejo de caja, porque pues yo con ella, la conozco hace muchos años, y ella venía de trabajar con mi mamá, o sea hace como unos 20 años nos conocemos. Es una persona de confianza, ella sólo me hace caja, pero yo con ella tengo un negocio es semanalmente le doy un porcentaje por lo que, por manejar la caja. Pero no es empleada mía como tal de decirle, no, ella simplemente te recibe y pues obviamente yo le doy órdenes como de caja, hay que mandar pagar el recibo tal, hay que cubrir el cheque tal, ese tipo de cosas. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)

Mantenerse por tanto tiempo, ha sido una labor que se construye colectivamente día a día, requiere no solo de las cabezas que se destacan, en la toma de decisiones de la organización, sino del equipo que apuntala cada decisión. Es un trabajo mancomunado, primero en manos de Doña Teresa y luego en manos de Yara Aristizábal, el trabajo etnográfico permitió conocer parte de las historias de vida, del equipo de trabajo: Don José¹⁵; Jorge Acero, Antonio Ramírez, Graciela Barrios, Rosa Tocancipá. Revisemos someramente al menos un poco de sus historias de vida, por ejemplo, el caso del satélite Antonio Ramírez.

Yo me vengo desempeñando en la producción de calzado, por ahí hace unos 25 años, en toda clase de calzado, claro que uno se perfecciona en ciertas líneas. Ahora yo estoy con sólo línea de zapato de dama de tacones, que es la línea que yo manejo. Aunque manejo todas las líneas, puede ser zapato de hombre de Drag Queen, a nosotros nos entregan el diseño o nos entregan cierta foto o cierto de lo que el cliente quiere, entonces así mismo uno le produce. En cuestión de sobremedidas uno trata de darle gusto al cliente, para que se sienta conforme con lo que él quiere. Nos da el diseño que él quiere, entonces le sacamos una 'muestrica' y en base a esa muestra se va trabajando, se le van acomodando ciertos detalles: 'bájele aquí', 'súbale acá', 'métale está otra pieza', entonces se le va cuadrando hasta que cuadra la línea, cuando ya cuadra la línea, entonces ya uno comienza la producción. Eso es lo que hace prácticamente allá. (Ramírez 2016)

A la par, fue difícil, realizar seguimiento alguno a las personas que han quedado a la vera del proceso, sobre todo en el momento de la crisis del 2012, sus versiones complementarias hubieran sido útiles para consolidar un análisis simétrico de las estrategias de asociación.

¹⁵ El caso de Don José se revisará en detalle en otro capítulo.

3.2.2 La introducción en el mercado de un bien nuevo

En otras palabras, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes, carácter que está en relación con lo que plantean Ulrich y Eppinger (2004), como *nuevas formas del producto*,

“este tipo de proyecto implica un mayor esfuerzo de desarrollo para crear una familia de productos basados en una nueva plataforma común. Ésta se avoca a mercados y categorías conocidas de productos, en el mismo sentido plantean también los *productos fundamentalmente nuevos*, como ‘proyectos que involucran productos o tecnologías de producción totalmente diferentes, y pueden llegar a abordar mercados nuevos y poco conocidos. Dichos proyectos implican inherentemente más riesgo. Sin embargo, el éxito de la empresa a largo plazo puede depender de lo aprendido a través de estos proyectos importantes’. (Ulrich y Eppinger 2004, 35).

Para el caso que nos concierne Yara Aristizábal identifica muy bien de entrada su mercado, cuando refiere a las dos líneas de negocios que han tenido históricamente y que mantienen en la actualidad.

Nosotros, pues somos una empresa que desarrolla dos líneas de negocios. Una que es el calzado personalizado, donde desarrollamos productos especializados para personas que requieren algo especial (...) La otra línea de negocios es hacer calzado en línea innovador. Esas son nuestras dos líneas de negocios. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

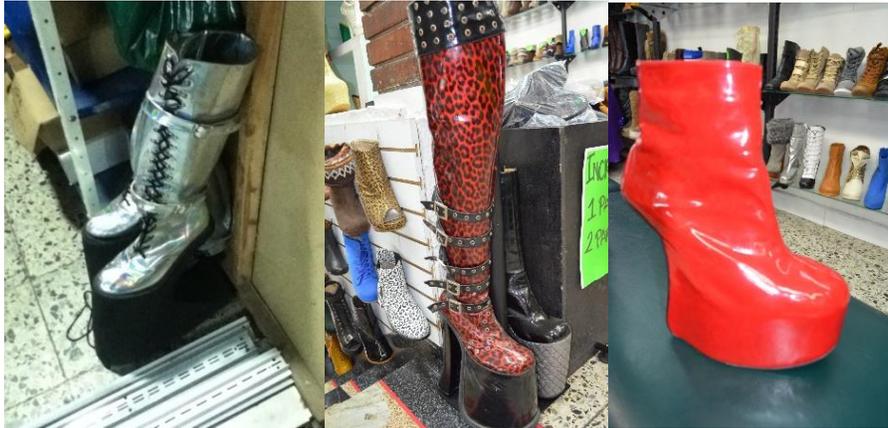
Yara Aristizábal demarca de entrada dos líneas de negocios: una que va por la línea del calzado sobremedida o calzado personalizado (que puede ser cualquier tipo de zapato ya sea para: payaso, para actuación, entre otros), al tiempo destaca otra línea que denomina como “innovador”, parte del ejercicio de investigación develara, usando los zapatos Drag Queen, porque ella los denomina de esa manera. En el marco de nuestro estudio de caso, la introducción al mercado Drag, de los zapatos Drag Queen, implica cubrir los requerimientos de la comunidad drag. Como se verá un poco más adelante los zapatos Drag Queen llegan a Calzado Jhorbam por pura serendipia, no surgen de la dinámica propia de la MiPyme, seguramente como respuesta de la dinámica de visualización en la puerta del Almacén. El hecho de brindar diferencia, frente a otros productores, como la ‘sobremedida’, la calidad de los materiales y que los precios son de fabricantes, son un gancho publicitario interesante. Cuando Yara Aristizábal diferencia dos líneas de productos, en otras palabras, está instalándose en un enfoque del modelo de negocio hacia el cliente o usuario, vital para marcar la diferencia con otros productores y/o comercializadores, en este sentido Ulrich y Eppinger (2004: 39), plantean que

“los usuarios pertenecen a distintos segmentos del mercado. Dividir un mercado en segmentos, permite que la empresa considere las acciones de los competidores y la fuerza de los productos existentes con respecto a cada grupo bien definido de usuarios. Al incluir los productos de los competidores y los propios productos en segmentos, la compañía puede evaluar cuáles son las oportunidades que se avocan mejor a las debilidades de su propia línea de productos, y cuales explotan las debilidades en las ofertas de los competidores” (Ulrich y Eppinger 2004: 39)

La naturaleza de los zapatos Drag Queen implica que la atención no solamente se instale en la construcción de los zapatos sino en el carácter negociado de quien lo compra, la Drag. A este aspecto Ulrich y Eppinger, (2004: 38), lo denominan *enfoque hacia el cliente*, “la compañía trabaja íntimamente con usuarios nuevos y existentes para evaluar sus necesidades y preferencias. Las plataformas del producto diseñadas de manera cuidadosa facilitan el rápido desarrollo de productos derivados con nuevas funciones, o con aquellas que son de interés por los usuarios”. La estrategia de Calzado Jhorbam / Calzado Yara Aristizábal se instala en la *construcción negociada* de los zapatos Drag Queen, por lo cual se diferencia de lo planteado por Cortés Amador y Quintero Campos (2011: 111), cuando discuten la baja relación de colaboración de algunas empresas con los usuarios, a estos últimos se les ve principalmente como portadores de capital, con ellos generalmente no se comparte información sobre el diseño u otros detalles, en estos casos es más determinante hacerles saber de los beneficios mutuos, que representa el proyecto. Este sería el caso, siempre y cuando tanto Calzado Jhorbam como Calzado Yara Aristizábal fueran únicamente comercializadores de calzado (intermediarios), pero dadas las características ambas organizaciones siempre han cumplido en mayor o menor grado la función de *constructores*. Esa integración de las dos funciones posibilita manifestaciones diferenciadas y concertadas con los usuarios, un tipo de dialogo negociado no solo desde la perspectiva económica sino, identitaria, social, cultural, tecnológica, creativa, entre otras.

Otro aspecto importante para la introducción en el mercado está relacionado con las formas de mostrarse, de hacerse visible con el ánimo de llamar la atención y de diferenciarse de la competencia. La manera como se agencia visualmente la MiPyme dice mucho de lo que se quiere dejar instalado en el visitante del almacén; empiezo a comprender que cualquier visitante se “expone” a experimentar esta primera capa performativa; así las cosas, retomo mi experiencia de ingreso y reconocimiento de los espacios de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal: tan pronto uno va subiendo las escaleras se encuentra a lado y lado de las paredes zapatos, los zapatos exhibidos son de toda naturaleza, pero, destacan del conjunto aquellos zapatos, que, por tamaño, color, exuberancia, accesorios cualifican los Zapatos Drag Queen. (Véase figura 3.3.)

Figura 3-3: Serie de Fotografías de algunos Zapatos Drag Queen ‘Calzado Yara Aristizábal’



Fuente: Propia.

Estos son algunos de los Zapatos Drag Queen que están en stock y que son exhibidos de manera permanente en el almacén. Cuando uno asciende al segundo nivel, lo recibe un espacio amplio de por lo menos unos 25 m², en donde se han dispuesto en las paredes diversos tipos de calzado, tanto para hombre como para mujer, y se encuentra mobiliario para medir el calzado. A la izquierda existe un acceso disimulado a un pequeño hall que tiene espejos, Doña Teresa lo mandó construir con el ánimo de quien se quiera calzar, modelar un par de zapatos ‘atrevidos’ allí lo pueda realizar. Al fondo, se instala un mostrador, en donde de manera recurrente la administradora – vendedora está presente. El mostrador limita el espacio de lo transitable con cierto grado de libertad de lo privado, allí normalmente estará la administradora Graciela Barrios, allí está el teléfono, la caja registradora, facturas, muestrarios, etc., se puede considerar el centro a partir del cual orbitan los demás espacios. (Véase figura 3.4.)

Figura 3-4: Serie de Fotografías del interior almacén ‘Calzado Yara Aristizábal’



Fuente: Propia.

A partir del mostrador, se ingresa a un mundo cuyas lógicas de organización, disposición son muy particulares. Como lo comprenderé posteriormente, aunque en apariencia son espacios que no tienen nada que ver con los Zapatos Drag Queen, se develará que cada espacio es vital en el proceso de consolidación de los detalles y la calidad de cada uno de los zapatos producidos por la MiPyme. Es interesante ya que acá se gesta, se incuban y se desarrollan los Zapatos Drag Queen.

Al fondo de la segunda planta, después de pasar el espacio destinado a las concesiones, encontramos a la izquierda un espacio provisional de trabajo (puesto de trabajo), y un poco más al fondo se encuentra un espacio, que ha sido concebido para la enseñanza. Al lado derecho se encuentra el baño y sobre el costado derecho la escalera de acceso al tercer nivel. Tan pronto se sube al tercer nivel se encuentra con un espacio de más o menos unos 35 m², sobre las paredes se encuentran, los espacios dedicados al almacenaje de las hormas de zapatos utilizadas, los 'hormarios'. (Véase figura 3.5.)

Figura 3-5: Yara Aristizábal y los Hormarios del tercer nivel.



Fuente: Propia.

Orientándose, hacia el sur de la ciudad o mirando hacia la calle, hacia la derecha encontramos el espacio donde trabaja Don José, el espacio donde producen los Zapatos Drag Queen. El tema del productor es tan importante para el desarrollo de la investigación que lo volveré a retomar más adelante en un capítulo nuevo. (Véase figura 3.6.)

Figura 3-6: Espacio de Trabajo de Don José en el tercer nivel y Don José en su puesto de trabajo.



Fuente: Propia.

Otra manera de potenciar la visibilidad de la MiPyme -es necesario recordar la limitación del acceso y que el local queda en el segundo piso- tiene que ver con el recurso de las vendedoras. Hablo de vendedoras y no vendedores, fue una pregunta que se le planteó a Yara Aristizábal, a lo cual responde

¿Porque mujeres? Siento que no ha llegado el hombre, desde que llegue un hombre que de la talla que lo haga, pero ha sido lo que he tenido en el momento. Empezando que estas tres personas que trabajan eran tres personas que trabajaban con mi mamá, que yo las he ido formando y las he ido mejorando, pero las tres trabajaban con mi mamá, no ha habido una nueva. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Algo que llama la atención, tiene que ver con la manera como viaja el saber encarnado de una generación a otra, en este caso no sólo por los espacios o los objetos sino por la continuidad de las personas. Esa continuidad se debe manifestar en el carácter que han de tener las vendedoras e impulsadoras, en términos de la creatividad y al mismo tiempo la innovación

*¿Qué es dar la talla? Para uno ser creativo e innovador debe aprender mucho de este medio, nosotros tenemos que saber, por lo menos, la parte de asesoría en ventas y la asesoría de estos usuarios que requieren cosas tan especiales, se necesita saber de todos los temas. No es el vendedor normalito del 'venga y se le tiene' NO. Esta plataforma le queda bien, su número no le queda bien este tipo de cosas, si usted quiere que esto le quede bajito, es mejor que lo haga de esta manera, para que le quede cómodo, o estos materiales no le pueden servir, sí. Tiene que saber un poco más a profundidad de los temas del calzado, no es un vendedor normal, **si se puede formar**, no. Pero por eso también yo no los he cambiado, porque realmente se necesita saber muchos temas con respecto a eso. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)*

Tomemos en consideración el trabajo desarrollado por Rosa Tocancipá

Yo trabajé cinco años en la puerta. Yo fui impulsadora. Sí, llegaban usuarios incluso hace unos ocho años, llegaban en taxi, a ellos no les gusta venir de otra manera. Sobre todo, las Drag Queen, vienen y preguntan, botas de tal modelo, y pues uno los invita al segundo piso, para ser atendidos. (Tocancipá 2016)

Al acompañar el trabajo de las ‘impulsadoras’ una tarde, comprendí cómo se van turnando la puerta en lapsos de tiempo que pueden ir hasta de dos horas, con el propósito de informar y convencer rápidamente a los transeúntes de las cualidades del almacén, frases motivadoras tales como: ‘zapatos sobremedida’, ‘zapatos de fábrica’, ‘precios bajos’, ‘zapatos cómodos’, ‘variedad de modelos’, ‘zapatos de moda’ entre otras, hacen parte de las retóricas discursivas, heredadas y ajustadas desde hace tiempo.

Decimos sigan ‘al fondo la fábrica’, ‘le hacemos los zapatos como tú los quieras’, ‘somos fabricantes’, ‘material colombiano’, ‘nada importado’, entonces la gente acepta eso, y más que todo porque uno dice ‘fábrica’, a la gente le suena que fábrica es mucho más barato, y es mejor. (Barrios, Primera entrevista - administradora 2016)

Quien ‘impulsa’ debe estar en la capacidad de orientar, resolver en la puerta cualquier inquietud manifiesta por los compradores, antes de subir al segundo nivel, ya en el segundo nivel la vendedora se encargará de acompañar el proceso de venta del calzado solicitado. Pero a la vez quien impulsa debe tener ‘la malicia’ cuando se manifieste el interés o en donde medie ‘la hechura de un zapato especial’, las vendedoras hablan de discreción ante la naturaleza de la demanda del zapato cuando el cliente es tímido, implica de entrada no establecer un juicio de valor, más bien saber llevar y orientar de manera adecuada al posible comprador, sin importar los juicios de valor o prejuicios.

Los que están en proceso de transformación de ser normal a ser un Drag Queen, ya es muy duro para ellos, es muy duro llegar a una parte donde no conocen a la gente y ver unas botas que les gustan, a muchos le da pena y dicen que son para la mujer y resultan para ellos. Eso es normal. (Tocancipá 2016)

En otras palabras “saber llevar al cliente” implica tener capacidades tales como: saber colocarse en los zapatos de otro, ser capaz de traducir gestos – corporalidad como parte del repertorio del cliente y que no puede verbalizar, tener un espectro amplio de conocimiento no solo de los diversos zapatos del almacén sino de su producción, capacidad de agenciar los requerimientos del cliente a la capacidad instalada de la MiPyme.

Ellos llegan pidiendo unas botas como dieciocho y medio, como alticas. Y ¿se las va a medir? No es que son para una hermana, es que mi hermana calza igual que yo, es que ella es patoncita. Le digo: pues si quiere mídaselas, pues como usted calza igual que su hermana. A ‘eso sí me parece bien’. Pues obvio, que uno sabe que no son para la hermana, que son para él. No ‘si quiere medirse otro modelo’ y ellos bueno ‘de pronto a mi hermana le gusta’ Déjeme tomarle una foto, a ver si a elle le gustan, obvio que no son para ella, son para él. (Tocancipá 2016)

Todo esto con el ánimo de concretar la venta, la concreción será el resultado de un proceso de negociación que trasciende a la vendedora e involucra a otros actores al interior de la MiPyme, en palabras de Yara Aristizábal explica cómo se llevaba a cabo el proceso, proceso que perdura hasta ahora. Primero, si es un zapato sobremedido, “en caso de que

sea una producción personalizada, llega la persona y dice que necesita unas botas, pero yo tengo la pierna muy gorda, supongamos, entonces yo le digo y le muestro estas opciones o la vendedora en su caso, si no le gusta ninguna puede mostrar una foto, aquí se le recibe la foto, se le toman medidas y se le hace el molde. Y se hace la venta, le escoge cueros, formas, tacón, accesorios que combinen, que la correa, que no que yo quiero esto así. Le tomamos las medidas”. Luego de esos encuentros iniciales, la producción del zapato inicia de manera formal: Don José será el encargado de “modelar” y luego del proceso de “guarnición” a continuación algún satélite contratado procederá a la “soladura” para rematar con los “acabados”; cada una de estas etapas serán detalladas un poco más adelante.

La aproximación a la introducción en el mercado de un bien nuevo en la MiPyme permitió reconocer aspectos tales como la segmentación, el enfoque del modelo de negocio al cliente (en este caso al Drag) y diversidad de formas de mostrarse de hacerse visibles, como parte de la jugada, a dejar en evidencia la naturaleza del trabajo de la organización productiva. La MiPyme de otra parte, complementa la jugada teniendo en consideración estos otros aspectos: estar en el centro neurálgico de comercialización y la producción de zapatos de la ciudad; ser capaces de transitar del abordaje meramente comercial (intermediarios) a la producción de líneas propias de zapatos; compensar el desequilibrio del acceso pequeño al almacén por medio de la consolidación de retóricas por parte de las impulsadoras; consolidar ‘modos’ de negociación y acompañamiento, dependiendo del carácter animado o tímido del cliente.

3.2.3 La introducción de un nuevo método de producción

Se refiere un método aún no experimentado en la industria, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento técnico o tecnológico o también, puede existir innovación en una nueva forma de tratar comercialmente un nuevo producto. Ahora ¿Qué ocurre cuando se vuelve a utilizar una tecnología (proceso de manufactura), que en la mayoría de los casos se ha abandonado? Los zapatos tradicionalmente se elaboraban a mano, gracias a diversos avances tecnológicos se tecnificó su producción, estandarizando muchas decisiones, pero a la vez olvidando que cada persona tiene pies y piernas “levemente” diferenciadas. La antropometría de los pies y las piernas en un alto porcentaje se pueden normalizar, pero existen algunos detalles que van a marcar la diferencia de un usuario a

otro, más aún, siendo el mismo usuario sus dos pies muchas veces son diferentes. En medio de tanta industrialización los zapatos Drag Queen en su mayoría se producen “a mano”, el carácter de personalización que constantemente promulga Yara Aristizábal con su “zapatos sobremedida” condiciona un proceso productivo de detalle para que cada zapato sea lo más acorde a la antropometría de cada uno de los pies de los usuarios, pero especialmente de los drags, sobre todo teniendo en consideración la performance de cada Drag ya sea en una pasarela, un escenario o en la calle. El carácter artesanal quiere decir que prima la labor y el oficio de los constructores, su elaboración no depende tanto de las maquinarias modernas, más bien de la experticia de cada uno de ellos y paradójicamente de su “especialización” técnica. Debido a su complejidad formal los zapatos Drag Queen conllevan un proceso de manufactura particular, esto los diferencia frente a los demás zapatos que son fabricados en series o curvas, su manufactura detallada y diferenciada posibilita una personalización de cada producto a los requerimientos negociados del zapato, esto implica un tipo de manejo “tecnológico diferenciado” como el que proponen Ulrich y Eppinger (2004: 38), como estrategia centrada en la diferencia tecnológica que se pueda traducir en *Liderazgo en tecnología*, para implementar esta estrategia, “la compañía pone un gran énfasis en la investigación básica de nuevas tecnologías, así como en el despliegue de éstas a través del desarrollo del producto”. El liderazgo va a depender del conocimiento acumulado, en el transcurso de más de 40 años de servicio, luego de haber pasado por periodos en dónde el soporte en infraestructura de avanzada era vital (recuérdese cuando tenían el taller en el Barrio Olaya), hasta el punto que la misma complejidad de elaboración de los Zapatos Drag Queen, condicionaban que el proceso de manufactura fuera escalado a la experticia de pocas personas, pero también teniendo en consideración la “capacidad instalada” de la MiPyme y el carácter de cada uno de los integrantes de la red socio-creativa. Reafirmando la condición cuasi-artesanal de los Zapatos Drag Queen, Doña Teresa afirma

Pues digamos que la empresa de nosotros siempre fue muy artesanal, siempre fue muy artesanal. Se necesitaba una máquina de guarnecer, teníamos... cuando empezamos a hacer Zapatos Drag Queens, ya habíamos tenido una fábrica grande, grandísima, exageradamente grande, donde producíamos 250 pares semanales. Entonces teníamos mucha maquinaria, ya nos habíamos endeudado, ya lo habíamos pagado. Teníamos todas las maquinarias. Teníamos la montadora. Pero digamos que para el zapato de Drag Queens no se necesitan todas esas máquinas. El zapato de Drag Queen se hace artesanalmente. (Hurtado 2015)

Hace referencia a los procesos de manufactura de los zapatos al interior de la MiPyme. Da cuenta de la manera como se estructura productivamente la elaboración de los zapatos.

Yara Aristizábal detalla un poco más el proceso del trabajo de la línea de los zapatos sobremedida, acá se incluyen los Zapatos Drag Queen.

porque es lo más complejo. Hay que hacerle realces, hay que hacerle las plataformas, por ejemplo, las plataformas de Drag Queen, un operario se tarda un día haciéndolas. La sola plataforma. Y entre más alta pues más complejo es, entonces a veces fuera de eso a veces quieren plataformas muy complicadas que toca mandarlas a hacer especiales en madera... con formas especiales, con diseños especiales, forradas de una manera X o Y, de formas más complicadas, entonces a veces tardan hasta un día entero, o por ejemplo los zapatos de payaso, nosotros hacemos zapatos de payaso y se tardan hasta un día como mínimo, medio día haciéndolo. Entonces es complicado, es complicada tanto la soldadura como la guarnición por esa línea.
(Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)

También define otra línea de producción de menor complejidad que también se desarrolla, pero soportada en el modelo de los “satélites”.

La otra línea que trabajo sobre medidas, son sobre medidas más sencillas, entre comillas más sencillas, porque se necesita un color especial entonces toca mandar a conseguir el satín especial, porque tienen un modelo especial, entonces y yo tengo pues digamos que, hay otros dos, digamos otro satélite que me hace de estos, que me hace algunas veces sobre medidas. (Aristizabal, Entrevista Octubre, 2016)

Es de destacar que el desarrollo de cualquiera de las líneas de producción se podía llevar a cabo porque existía la disposición para ello, de otra manera no hubiera sido posible. Doña Rosa Tocancipá recuerda la actitud de Doña Teresa ante alguna solicitud de urgencia.

Ella jamás decía no a un estilo, a tiempos, ella no tenía límites a eso. Que, si lo necesitaba muy urgente, bueno sí, siempre y cuando fueran asequibles al tiempo, que los debemos tener para mañana, no. Ella les decía, hoy les doy para la comida (a los trabajadores) y para el taxi, pero me dejan esto. Entonces éramos en cuanto a cumplimiento. Entonces ellos empezaron a ver eso y uno trajo a su amigo, el otro trajo a otro y así la clientela se fue haciendo más grande y en base a eso fue que tuvimos mucho éxito, en ese sistema, en esa moda. (Tocancipá 2016)

Como administradora, pero también con conocimiento de causa del proceso Yara Aristizábal y con anterioridad Doña Teresa, tienen identificado las diversas “etapas” que se deben llevar a cabo para la elaboración del zapato sobremedida. El proceso inicia con cada idea que tiene cada usuario (Drag) sobre la forma o concepto estético que ha de tener el Zapato, a esto se suma el apoyo de algunos catálogos – muestrarios-, luego van las mediciones antropométricas de cada uno de los pies, luego dos procesos a cargo de Don José el modelado y la guarnición, hasta este punto trabajan al interior de la organización, las etapas posteriores tales como “soldadura” y acabado normalmente las realizan los satélites, ya sea don Jorge Acero o Antonio Ramírez. Todo inicia con los catálogos.

Nosotros tenemos unos catálogos, si, en cuanto a cueros yo intenté implementar unos catálogos donde los cueros estuvieran, pero que pasa que la consecución de cueros cambia constantemente. Entonces esos catálogos, muy lindos, que yo puse al principio cuando estaba mi mamá con la imagen pasaron a ser unos

muestrarios donde es más fácil mostrar los pedacitos y uno va y los argolla, los coge con una cuerda y eso es lo que le muestra al cliente al final. Ese fue parte del aprendizaje con el tiempo. Después de que se hace la venta, la sobremedida es una sobremedida especial, por ejemplo. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

A continuación, se realiza el trabajo de toma de medidas y modelado.

... El modelista baja y le toma las medidas. Yo tengo un modelista de base acá. Él baja le toma las medidas y la orden de producción, entra a producción, pero entonces qué pasa, de venta pasa a modelaje, entonces el modelista saca el molde del zapato, el molde de la bota en el caso de la señora. Se le vendió la bota, se le sacó el molde, se hizo la consecución de compra del producto porque yo no tengo inventarios acá entonces se compra el cuero que se necesita, se corta, que en mi caso mi modelista es mi cortador, entonces se corta. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Luego viene el proceso de guarnición.

... Se guarnece, la guarnición es la persona que cose el zapato entonces uno las piezas externas a las internas a el forro, se tiene que cambiar, el cambio es cuando las piezas no llegan costuras en la parte de adelante, esto lo hace una maquina especial o si tiene que ser perforada, o si tiene que desgastar porque es cuero, o si tiene que hacerle un repujado al cuero. Entonces toda eso se hace en el proceso de guarnición, después de la guarnición queda la Tomalla o el corte. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Viene luego la etapa de soladura.

Y del corte pasa a la soladura, en soladura ¿Que se hace? montar la horma a la suela, pero eso tiene un cruce ya dependiendo de la producción si quiere con plataformas, si quiere sin plataformas, si quiere con la suela verde, si quiere que tenga cerco, etc. También se puede dar que la señora tenga un juanete terrible por lo que el zapato debe acomodar al juanete... bueno en soladura podemos encontrar infinidad de posibilidades, es muy extensa. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Por último, la etapa de acabados o finicion.

Por último, el zapato se suela y pasa por finicion que es la emplantillada, entonces se le pone la plantilla y se le quitan todos los excesos, se maquilla, se le quita el pegante, se embolsa y se encaja. Básicamente ese es el proceso. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

Cada etapa del proceso se controla con el apoyo de la 'Orden de producción'. En este documento se lleva el registro de lo comprometido inicialmente con el cliente, además de sus dimensiones antropométricas. Es de destacar que la producción del zapato al interior de la organización involucra a la totalidad de la red de actores humanos y no humanos, sin el apoyo de cada uno de estos, sería difícil su producción. O sea que hablar propiamente de los Zapatos Drag Queen, implicará hablar de las impulsadoras, de las vendedoras, del mobiliario, de los administradores, Doña Teresa, Yara Aristizabal, Don José, entre otros. Lo que sorprende es que la producción está arraigada en procesos heredados de la antigüedad y ajustados sincréticamente al contexto de desarrollo. De tal manera que casi toda la manufactura del zapato se realiza a mano. En muy contados casos, salvo el proceso de unión de los cueros, que se realiza por medio de la máquina de coser de marca

Singer, siempre se destacará la experticia de los productores realizando cada una de las actividades.

3.2.4 La conquista de una nueva fuente de suministro o de productos semielaborados

Para Cortés Amador & Quintero Campos (2011: 112), la colaboración con los proveedores de materiales y suministros es importante en el desarrollo del proceso de innovación en las empresas. Con ellos los empresarios establecen relaciones de confianza a través de contratos de confidencialidad, que les permiten depositar la información y el conocimiento de la empresa. Es un aspecto que está bajo la perspectiva planteada por Ulrich y Eppinger (2004: 35), cuando refieren acerca de los derivados y las mejoras incrementales del producto, "*Derivados de las plataformas de productos existentes*, estos proyectos extienden una plataforma existente del producto para dirigirse de manera más adecuada a los mercados conocidos con uno o más productos nuevos. *Mejoras incrementales a los productos existentes*, estos proyectos implican sólo agregar o modificar algunas funciones en los productos existentes para mantener la línea del producto actualizada y competitiva". Manufacturar un Zapato para Drag Queen implica la integración no sólo de un conocimiento previo del carácter del zapato (a la hora de realizar las respectivas negociaciones), sino también el grado de experticia de situar los zapatos en términos de los requerimientos de fabricación, esto es, el reconocer: materiales (cueros, sintéticos, hilos, entre otros), accesorios (hebillas, cremalleras, cadenas, remaches, entre otros), insumos (pegantes, tinturas, hilos, herramientas de mano, entre otras), junto a la experticia de la 'toma de medidas' de los pies¹⁶, por parte del modelista (Don José), además de cómo se va transformando todo un conjunto de anotaciones, gráficos, referencias iniciales en un zapato embrionario de tres dimensiones. Aunque el proceso de normalización de algunas partes del zapato está muy avanzado, por ejemplo, en el mercado se encuentran capelladas, suelas, tacones, forros, correas, hormas comerciales, la elaboración de los Zapatos Drag Queen implica resolver problemas puntuales a los requerimientos de la Drag y muchas veces esos requerimientos se resuelven sobre la marcha atendiendo al mismo

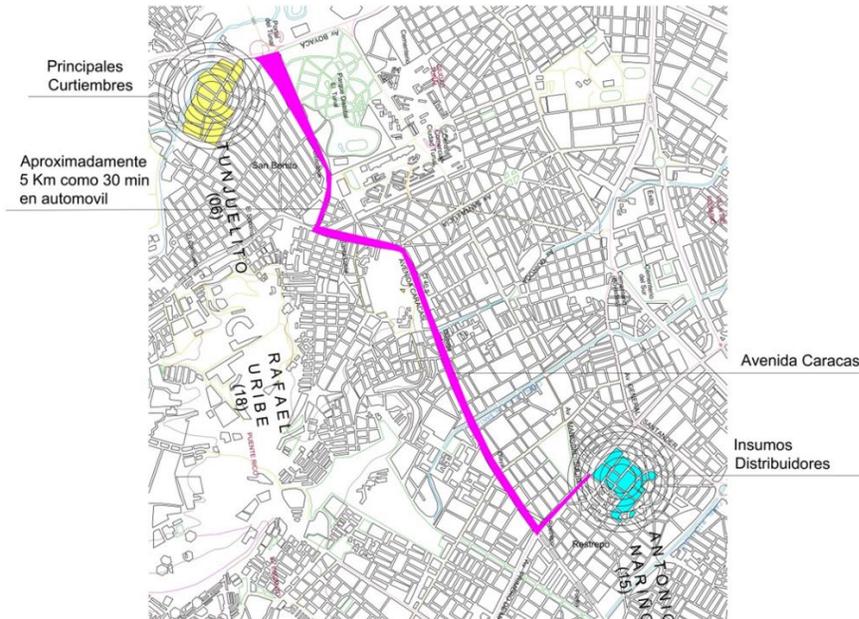
¹⁶ El sólo hecho de reconocer la proporción del pie (longitud, ancho, alto) en términos de los patronajes normalizados, además de reconocer los "acentos" de cada uno de los pies, por ejemplo: empeine alto o bajo, pie plano o no, deformidades o seas (juanetes), centros de masa, entre otros han de tenerse en consideración para llevar dicha información al proceso de elaboración de la 'horma'.

tiempo los deseos de la Drag por un lado; la información obtenida de la toma de medidas por el otro lado; la “alineación de los diversos materiales – herramientas – accesorios” pueda permitir materializar el zapato y por último, que el zapato cumpla adecuadamente la función de soportar la dinámica corporal de la Drag. Del cruce de estos aspectos radica la dificultad para normalizar la elaboración de los Zapatos Drag Queen.

A manera de ejemplo, el cuero como materia prima de los Zapatos Drag Queen, es necesario comprenderlo como un eslabón o clúster perteneciente a la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería en el barrio Restrepo, parafraseando a Arroyave (2004) empieza en los hatos ganaderos de quienes tienen la tierra y distribuyen el ganado a los diferentes mataderos de Cundinamarca o Bogotá, siendo Bogotá el principal destino del ganado procedente de: Villavicencio (28 %), Yopal (18 %), San Martín (12 %) y Tame (6 %). Luego de recibir el ganado, los mataderos¹⁷ procedían a su beneficio, de tal manera que a las curtiembres se entregaba el 95 % de la producción de cueros en forma de ‘piel cruda’ (el cinco por ciento finales se destina a la producción de gelatinas). Con base, en un estudio realizado por Hincapié (1995) todavía subsisten curtiembres en Chocontá y Villapinzón (Cundinamarca) cuya producción va al mercado bogotano, pero en Bogotá también se procesan los cueros en un sector al sur de la ciudad y sobre la ronda del río Tunjuelito, el barrio San Benito, las curtiembres tradicionales permanecen en el barrio, destacando las Curtiembres: ‘La Universal’, ‘Suescun’, ‘La Orquídea’, ‘Luna’, ‘Varmen’, ‘Curtisan’ todas ellas, en la ronda del río Tunjuelito y con alta responsabilidad en la contaminación del río de Bogotá. La cadena del cuero termina de cimentarse con la presencia de no menos de 500 peleterías y comercializadoras, que se especializan además de la distribución del cuero en comercializar insumos como el glasé, piel sintética, hilos, lacas, tintas, hebillas adornos, pegamentos, etc. En la siguiente figura se explícita parte del clúster del cuero relacionado por distancia geográfica. Se relaciona el sitio de origen del procesamiento de la piel por las curtiembres en el barrio San Benito, hasta su destino al comercio del Barrio Restrepo.

¹⁷ En la década del ochenta existió un matadero en el barrio Tunjuelito (muy próximo al barrio San Benito) este fue cerrado por razones de salubridad contrarias a las políticas distritales.

Figura 3-7: Principales curtiembres barrio San Benito y su relación barrio Restrepo - insumos



Fuente: Propia.

3.2.5 La implantación de una nueva estructura en un mercado,

Una estructura “ajustada” a las condiciones de un entorno tan dinámico, cambiante, a veces caprichoso, es lo que se requiere para hacer sostenible una organización productiva. Desde el inicio Doña Teresa copió, experimentó modalidades que en su momento se ajustaban a las condiciones del mercado, sin embargo, ya que dichas condiciones no se perpetúan en el tiempo era necesario ajustarlas o cambiarlas. Este es un aspecto relevante ya que su escala permite este tipo de decisiones coyunturales. Es la situación a la cual se enfrenta Doña Teresa, recién regresa Yara Aristizábal de Italia, ellas dos trabajan hombro a hombro por dos años siguiendo las directrices del modelo de negocio y producción establecido por Doña Teresa, luego Yara Aristizábal continúa un año más, hasta que decide ajustar dramáticamente el modelo de trabajo y plantear uno nuevo pensado desde la disposición. La *disposición* da cuenta de la manera como se utilizan los recursos que se tienen a mano, para acometer un problema determinado. Nos hablan de estructura, de jerarquía, de un ordenamiento. La situación de crisis que arrastraba calzado Jhorbam implicaba que las decisiones no fueran ‘paños de agua tibia’, las decisiones debían ser contundentes, tal como se presentaron. Las decisiones debían mantener lo que funcionaba y ajustar dramáticamente aquello que ofrecía resistencia, ese era un cambio necesario y

urgente para realizar. Ante la pregunta de ¿Cuál es la estructura organizativa predominante? La respuesta no puede ser direccionada ya sea a una estructura jerárquica o matricial: el carácter de jerarquía denota de entrada una verticalidad no solamente en las funciones, sino en la toma de decisiones, destacan las imposiciones más que las negociaciones; en cuanto a la estructura matricial de Ulrich y Eppinger (2004), la conciben como

“Un híbrido de organizaciones funcionales y de proyecto. En ella los individuos están vinculados entre sí de acuerdo con el proyecto en el que trabajan y por sus funciones. El equipo es el conjunto de toda la gente involucrada en el proyecto sin considerar la estructura organizacional del personal encargado de desarrollar el producto. En una organización funcional, el equipo consta de individuos distribuidos en todos los grupos funcionales sin ninguna conexión organizacional que no sea su participación común en un proyecto. En las otras organizaciones, el equipo corresponde a una entidad organizacional formal, el grupo del proyecto, y tiene un gerente formalmente nombrado. Por este motivo, la noción de un equipo tiene mucho más significado en organizaciones matriciales y de proyecto que en organizaciones funcionales”. (Ulrich y Eppinger 2004, 26)

En la práctica, en la MiPyme se puede identificar una estructura híbrida que integra cierto grado de jerarquía, ya que la cabeza visible, en la actualidad, es Yara Aristizábal, pero al mismo tiempo de ahí ‘para abajo’ se puede asociar a una estructura de orden matricial.

Antes éramos una empresa más grande, como te comenté, digamos que yo cambio un poco la organización precisamente porque pues antes éramos doce personas de las cuales era yo la cabeza, después seguía el administrador de fábrica, y administradora de almacén, y de ahí para abajo pues los operarios, si podemos decirlo. En este momento pues la organización cambió, porque como yo te comentaba cambié la estrategia y digamos que se volvió una organización un poco más vertical, donde la parte productiva la manejamos más (...) se dividió como en dos líneas que es la parte de sobre medidas, y la otra que es la parte digamos calzado en línea, pero siempre innovador, ¿no? siempre encuentras calzado innovador, inclusive, zapatos no sólo para las Drag Queen. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Yara Aristizábal se apoya en la técnica de la tercerización¹⁸, como herramienta para escalar la producción de los zapatos sobremedidas, a diferencia de lo que ocurría cuando algunos de ellos eran empleados de planta.

Tengo unos satélites que solo me hacen mis tareas. Estas tareas me llegan perfectas, no pierdo plata, entre comillas me sale "un poco más caro" pero ni siquiera porque yo aquí estaba pagando mucho más. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

¹⁸ La tercerización habla del trabajo subcontratado, del trabajo a destajo, se paga lo que se hace. Para el contexto de las MiPymes se reconoce como el apoyo al trabajo interno por trabajo externo. También se denominan ‘los satélites’.

La disposición también tiene que dar cuenta de los factores ajenos a la organización y que al menos en el papel no pueden afectar su cotidianidad. Esto queda muy bien en el papel, ya que en la realidad las incidencias económicas van a afectar nuestros núcleos familiares.

Yo me estaba viendo en una situación económica muy complicada en ya que en ese entonces mi esposo no estaba estable económicamente porque estábamos recién llegados de Europa y yo me había dedicado a cuidar a mi hija además que él no se lograba ubicar, cuando recién llego él no había terminado su pregrado por mil motivos, se puso a trabajar. En ese entonces no los molestaban tanto con el pregrado, pero cuando volvimos le exigen el pregrado para todo y el sacó adelante su pregrado entonces directamente entró a la maestría y él se dedico fue a estudiar, pero en ese entonces ya no estábamos juntos, no vivíamos juntos, yo vivía con mi mamá. Cada uno llevaba su propia vida, ya no éramos una pareja, aunque con el tiempo volvimos a vivir juntos, él continuo con su maestría, pero no lograba ubicarse y yo era la que llevaba la casa entonces yo me veía en una situación económica difícil. (Aristizábal, Entrevista Octubre, 2016)

Estos aspectos en apariencia insignificantes a la luz del discurso de la organización tienen a favorecer la toma de decisión en algún sentido u otro.

ahí fue cuando cambie la estrategia: cerré la fábrica y ya voy para tres años, el dos mil quince sería el tercer año en el cual cerré la fábrica. Que hice yo, para mis sobremedidas tengo mis tres satélites las más viejas, es decir, todo lo que es la línea Drag Queen, transgenerista, tengo dos satélites que me las hacen. Para la línea especializada, digamos que tenga problemas en los pies como: juanetes, un pie más corto que el otro, números pequeños, todo eso lo fui encaminando por otro lado. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

De la siguiente manera Yara Aristizábal, negocia el apoyo del trabajo de Don José (empleado de la MiPyme), con el trabajo de los satélites.

En total tengo cuatro satélites de sobremedidas. Yo lo dividí por líneas, entonces uno que me hace solo el zapato del tacón alto, uno que solo me hace las cosas difíciles, otro que me hace solo lo de transgenerista, otro que me hace la zapatilla ocho y medio. Yo desee hacerlo así y así me ha ido muy bien, ¿Qué deje acá? el modelista. Acá solo tengo al modelista, el que hace: modela, corta y guarnece. Hace las tres cosas, me entrega a mí en guarnición y yo se lo entrego a los satélites, para que le pongan la suela y la soldadura. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016) .

En términos de curva o tarea de los productores, ya sea Don José o los diversos satélites, se ajusta la técnica de producción, adecuándola a los requerimientos de la organización, Yara Aristizábal explica cómo escala, en cuanto a variedad o diferencia los tamaños requeridos, sobre todo atendiendo los números más pequeños.

Es de nueve a doce pares, que son una serie normal por decirlo así. por ejemplo, un cinco, dos seis, dos siete, dos ochos, un nueve y un cuarenta. esa una tarea mínima. Aunque acá se hacen tareas más grandes, porque yo manejo aquí siempre desde el dos, yo tengo muchas clientas que ya saben que aquí consiguen zapato pequeño. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Es necesario diferenciar productivamente las tareas complejas de aquellas un poco más sencillas.

Productivamente es mucho más esfuerzo. Así es para todo, el que corta dos pares de zapatillas no es lo mismo que cortar una zapatilla que lleva el ribete rosado y quiere el forro verde. Por ejemplo, hablando de

zapatillas, una zapatilla de sobremedida te puedes demorar media hora cortándola, en tarea puedes hacer media hora una tarea completa, es un ejemplo. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Precisando un poco más, la diferencia de las tareas complejas tipo sobremedidas y las tareas de serie, como aquellas que sean iguales, relacionada directamente con acciones productivas que se pueden normalizar.

Un solador puede hacer hasta dos o hasta quince en un día, eso depende del tipo de producción que sea. Pero hablando de un zapato de plataforma te puedes hacer dos pares en un día, pero que todos sean iguales. porque si todos son iguales se pueden cortar las plataformas al tiempo, pegan las plataformas al tiempo, monta todo el tiempo, todo lo puede hacer al tiempo. En sobre medida no se puede, porque en sobre medidas en tacón de uno es diferente al otro, la altura es diferente al otro, la horma toca ir a buscarla. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

El zapato sobremedido entra a formar parte del stock, de comercialización de la organización junto con los zapatos de línea o de serie.

Cuando son cosas exclusivas, por qué hay cosas que no tenemos hechas, pero acá siempre encuentra zapatillas clásicas, botines o botas. Tratamos siempre de tener la venta en serie, por lo que me sale más económico. Yo se las vendo a ellos, aunque hay muchos que no tienen la posibilidad económica porque hacer sobremedidas es mucho más costoso. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

Una manera de explicitar creativamente, el trabajo al interior de la organización tiene que ver, en cuanto a la manera como se han ajustado todos los aspectos, para que un par de zapatos se puedan producir en 24 horas, o menos sin importar lo caprichoso de los requerimientos exigidos del cliente. La respuesta adecuada a los requerimientos del cliente (sin importar la complejidad), aunado a la rapidez de entrega de un trabajo de calidad, serán condiciones destacadas de lo creativo.

Me ha pasado muchas veces, me dicen 'es que yo busco y nadie me lo hace', eso me pasa, te puedo decir, que muchas veces a diario. 'Es que yo he buscado y nadie me lo hace o me lo hacen por muchos millones de pesos' o es que no dan o es que 'me quedaron mal, porque intentaron hacerlo, pero no'. Entonces, completamente somos creativos, en ese sentido, nada nos queda grande. A través de los años hemos aprendido a trabajar contra el tiempo, entonces, nosotros hacemos unos zapatos en 24 horas, por eso nos pasa mucho con cine, teatro, televisión o publicidad en general. Ellos ya ni siquiera se van a buscar, porque ya saben que yo en 24 horas se los hago, desde cero, desde el desarrollo de horma, cuando hay que desarrollar horma y modelo, mínimo son dos días, yo por esto igual se cobra. La creatividad en ese sentido, que nosotros tengamos las cosas tan rápido, eso es ser creativo completamente. Eso siempre tiene un costo de más, nosotros, normalmente por una extra, independientemente del modelo que sea, aproximadamente, cobramos cincuenta mil pesos de sobre costo. Pero a la gente que necesita hacer una grabación y que tiene contratados actores, estudio, luminotécnicos, pues cincuenta mil pesos no son nada. Porque lo hacen así, por muchas veces en las grabaciones no saben lo que necesitan, no saben si necesitan unos zapatos verdes, rojos o amarillos y nos buscan directamente a nosotros. (Aristizábal, 26 de Octubre, 2016)

La toma de decisiones en momentos de crisis implica riesgos. Al interior de la organización toda decisión se toma políticamente, fundamentada en la garantía de mantener o mejorar la competitividad, de tal manera que la revisión constante de las estrategias, sus posibles

ajustes o actualizaciones deberán dar cuenta de la lectura de un entorno tan competitivo. Las tecnologías de disposición muestran como Yara Aristizábal tuvo que enfrentar las crisis y de qué manera toma decisiones coyunturales que impactaron sosteniblemente a la organización.

La implantación de una nueva estructura de mercado favorece que se consoliden constructivamente un conjunto de capacidades, que dan cuenta de la manifestación de cierto tipo de cultura identitaria de la MiPyme revisada. La estructura en el mercado puede estar centrada en ofrecer un producto exclusivo, único, personalizado (mediante negociación), ajustado a los requerimientos de la Drag, esto implica un costo diferencial por el trabajo a realizar, consolidándose como parte de la estrategia competitiva de la organización Ulrich y Eppinger (2004) definen

“un enfoque básico de los mercados y productos con respecto a los competidores. La elección de las oportunidades a las que se va a dar seguimiento puede ser guiada por esta estrategia, pueden construirse diversos tipos de liderazgo, a manera de ejemplo el *Liderazgo de costos*, como componente de la estrategia requiere que la compañía compita con eficiencia de producción, ya sea a través de economías de escala, del uso de métodos de manufactura superiores, de mano de obra o bajo costo, o de una mejor administración del sistema de producción”. (Ulrich y Eppinger 2004, 38)

La MiPyme tiene necesariamente que competir con precios y con los costos de producción, como se hizo referencia con anterioridad el contrabando y la importación de zapatos es un indicador de sostenibilidad, pero a la vez de competitividad relevante; hoy día se pueden importar los Zapatos Drag Queen, su precio debe rondar los \$ 1.000 dólares, aunque en algunos sitios europeos fácilmente el precio puede superar los \$ 1.200 euros. El precio en el Almacén Yara Aristizábal, con todas las características de la Drag en los zapatos, más la condición que son sobremedida, más la garantía de materiales, no supera el valor de los \$150 dólares. Dice Zaza-Drag (la Drag Queen con el que trabajo)

Tengo un amigo que las trajo de Estados Unidos, no son tan Drag, son como más femeninas. La verdad, se lo dije riéndome, salieron al mismo costo que mandarlas hace aquí donde Yara, salen al mismo valor, salieron como en \$380.000 y creo, que aquí (donde Yara) son más económicas. Es más, vi el modelo aquí, entonces da lo mismo traer, la ventaja es que aquí las hacen sobremedida y ellos aportan, por ejemplo, que yo le quiero así o de otra manera, y le van dando la idea de cómo van a ser. Por ejemplo, cuando mandé hacer estas no estaba el Drag recalcado, estaba un personaje de Halloween, que era un 'fauno', entonces las manda hacer. Ahora viendo que voy a participar en ese evento, mandé alargar un poco más la caña, para así hacerla un poco más femeninas y poderlas seguir utilizando, porque las botas están en perfecto estado.
(Drag 2016)

En la actualidad Yara Aristizábal tiene claridad en cuanto a cómo competir por costo, por un lado, tiene varias líneas de zapatos de producción en serie que se venden más económicos y por el otro lado la línea especializada sobre – medida más costosa.

Centrando la atención sobre esta última, diversos factores inciden en su costo final: materiales e insumos utilizados, complejidad del trabajo a manufacturar, tiempo pactado de entrega, cantidad de personas involucradas en su desarrollo, entre otras.

Cuando son cosas exclusivas, por qué hay cosas que no tenemos hechas, pero acá siempre encuentra zapatillas clásicas, botines o botas. Tratamos siempre de tener la venta en serie, por lo que me sale más económico. Yo se las vendo a ellos, aunque hay muchos que no tienen la posibilidad económica por que hacer sobremedidas es mucho más costoso. El producto de un solador te hace solo dos pares de sobremedida y ese mismo solador te puede hacer una tarea completa si es toda igual. (Aristizabal Hurtado, Primer Encuentro 2015)

¿Por qué la exclusividad se pueden considerar orientador decisorio en la organización? La exclusividad del producto, del desarrollo productivo y del proceso de negociación para lograrlo, caracterizan la exclusividad como oportunidad tecnológica manifiesta, se va gestando con el paso del tiempo y de las decisiones, que se pueden explicar a partir de un ‘cambio tecnológico’ que se revela en la creatividad (invención), la creatividad dispositiva (innovación) y la difusión.

Luego de un capítulo en donde las crisis toman relevancia por su carácter coyuntural, en el presente capítulo se abordan las diferentes maneras como sean dispositivo cierto tipo de respuestas de manera socio-creativa. Cabe aclarar que muchas de esas respuestas no se generaron de manera espontánea más bien se han consolidado como constructos sociopolíticos e históricos de la red de actores que participan en la MiPyme. Se incorporaron conceptos tales como parología (Lyotard) del cual se derivó el carácter de la respuesta como “jugada” y su condición “performativa”, que al ser comprendida desde la perspectiva de la acción (orientación y relación), del discurso, de la contigüidad fue posible ligarlo con la política. Dispositivar la creatividad crea las condiciones para hablar de la innovación en un trabajo investigativo sobre la creatividad, no la puedo eludir, ya que en términos organizacionales a partir de la innovación, se habilitan aspectos tales como los diversos indicadores de cómo se encuentra la MiPyme en términos de innovación y a esto se le da el nombre de **competitividad** y el conjunto de capacidades esenciales, los productos esenciales y los productos finales, englobado en los diversos **valores** de la organización. Ante aspectos tales como “en el Restrepo, todo se ve igual, parecido” y “no nos queda nada grande” engloba en buena manera la actitud, como capacidad esencial, de Yara Aristizabal ya que permite comprender su lógica de funcionamiento organizacional. Una lógica de carácter flexible, persistente, pero a la vez contingente, una lógica construida a partir de la red socio-creativa que enmarca la MiPyme, pero al mismo tiempo consolida el carácter de una estrategia organizacional que persigue hacer

sostenible, en el tiempo la MiPyme, a pesar de tantas crisis, de tantas luchas. Toda lucha implica un sacrificio. Al mismo tiempo implica tomar decisiones muchas veces urgentes. Tomar la decisión por una tarea, un proceso, un producto, un lugar implica la renuncia al resto de opciones, es una manera de localizar o de situar su nicho de trabajo y definir su modelo de negocio, de paso caracterizando pautas para la comercialización y para la producción. Cuando se encarna la estrategia organizacional en un saber manifiesto en cada uno de los actores dispuestos de la red socio-creativa podemos hablar de una cultura innovadora, de la cual se despenden unas decisiones creativamente importantes. Escoger el Restrepo como centro neurálgico de comercialización y producción; tener variedad de líneas propias y tercerizadas de zapatos; compensar mediante la creatividad retórica de las vendedoras – impulsadoras el desequilibrio del acceso pequeño al almacén y por último consolidar modos de negociación y acompañamiento dependiente del carácter animado o tímido del cliente. La consolidación de una verdadera cultura innovadora se evidencia por el éxito de mantenerse por más de 40 años en el mercado; cinco aspectos característicos de dicha cultura son: la apertura de nuevos mercados: con la llegada de los zapatos Drag Queen a la MiPyme y la manera como se estructura organizacionalmente en red la MiPyme; la introducción en el mercado de un nuevo bien: con el reconocimiento de dos líneas de negocios; el enfoque de cada modelo hacía el cliente (Drag) y las diversas formas de hacerse visible organizacionalmente hablando; la introducción de un nuevo método de producción: manejo sincrético de los procesos de manufactura tradicionales (vernaculares) con la capacidad instalada de la MiPyme, requerimientos técnico-productivos y los caprichos de la Drag; la conquista de una fuente de suministros o de productos semielaborados: reflexiones sobre lo estratégico del Restrepo y su cercanía geográfica con otros centros de suministros; la implantación de una nueva estructura de mercado: las diversas maneras como se estructura y ordena la red de actores.

4. *La Creatividad entre el Oficio y Maestría*

Después de haber franqueado la pequeña puerta de entrada del Almacén, subir las escaleras que comunican el acceso a la segunda planta, pasar al lado del mostrador de atención y los espacios de comisión hasta el fondo, luego girar a la derecha y encontrar en ese costado otra escalera que comunica a la tercera planta. Cuando ingreso al tercer nivel del Almacén, y orientarme nuevamente hacia la calle y, luego de avanzar algunos pasos, sorteando los ‘hormarios’, encuentro el espacio donde trabaja ‘Don José’. “Acá es donde se materializan los zapatos Drag Queen”.

Figura 4-1: Don José y su espacio de trabajo.



Fuente: Propia.

El espacio me evoca los talleres de los artesanos del medioevo, la gran diferencia es que Don José no duerme acá, pero desde hace cerca de ocho años pasa casi la mitad de su vida aquí. Llamen la atención ciertos aspectos de entrada: primero, el tamaño tan reducido donde se modelan y se guarnecen los zapatos Drag Queen, también llama la atención el supuesto caos organizacional, me sorprende el ‘desorden’ que encuentro. Véase figura 4-1. Identifico al lado derecho, un espacio de trabajo en donde predomina la máquina de coser cuero Singer, hacia el fondo de la gran ventana, una superficie de trabajo (véase figura 4-2) atestada de material, herramientas y accesorios, no hay silla, Don José trabaja acá siempre de pie, sobre la pared se ha consolidado una especie de organizador de

elementos relativamente pequeños (tintes, pegamentos y otros accesorios) al otro lado de la superficie de trabajo hay una gran cantidad de recortes de cuero.

Figura 4-2: Superficie de trabajo de Don José.



Fuente: Propia.

Lo interesante de mi primera impresión es que, después de acompañar su trabajo, luego verlo ocuparse, encuentro que no hay tal caos, encuentro que Don José, tiene una lógica muy particular, una forma de ordenar sus cosas y sus acciones, todo está ordenado para servir a sus fines y a sus formas específicas de trabajo. Esas lógicas de proceder de Don José dan cuenta de la claridad ante la vida y ante su oficio que tiene, este hombre de origen tolimense de familia muy humilde, pero de madre ‘templada’.

Mi mamá era de un carácter, para levantar como nueve hijos y sola, trabajando, lavando y planchando ropas ajenas, oficios drásticos. Ella no tenía un arte como el que yo tengo, afortunadamente. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Parte fehaciente de cómo fue educado Don José se transcribe a continuación, además de la manera como no quiere perpetuar el modelo de su formación, con sus hijos.

a nosotros por ejemplo a veces, mi mamá nos regalaba un carrito de navidad y jugábamos uno o dos días y nos lo ponía arriba en una repisa y nosotros éramos ‘así’ contemplando todos los días el carro. No lo dejaban bajar, no nos dejaban jugar sino esos uno dos días, entonces yo me acuerdo de eso y digo no, eso no. Que sí la niña (su hija) coge una muñeca y la despeluca y le quita la cabeza y la mamá se pone brava, yo le digo déjela, eso hace parte de la niñez y cuando este adulto es seguro que uno se va a acordar, y de pronto va a agradecer lo que tuvo un niño, pero no tan restringido. Porque nosotros fuimos muy restringidos. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Su retórica está enfocada, en cierta manera, hacia la libertad. Libertad de explorar, de equivocarse, de no restricciones o imposiciones ya que él fue restringido, por eso tiene dificultad con otros adultos.

La mamá (esposa) me regaña, porque a veces les doy dulces, gaseosas. Le digo déjenlos que uno es solo niño una vez en la vida y un niño da la vida por una gaseosa, además no es todas las veces, pero, no sé... y le doy golosinas y los llevo a jugar. Por ejemplo, la mamá se pone muy brava porque yo le compre un ‘Play’ al niño, yo le digo eso por un lado le desarrolla un poco la mente, pero por otro lado hace parte de ser niño, ojalá yo hubiera tenido un ‘Play’ cuando niño, en ese entonces como que no existía, algo como ‘Mario’ y era otro juego, pero yo nunca los tuve y uno deseaba tenerlos, entonces ahora yo se los compro y la mamá se pone brava y a veces se los guarda. Yo le digo ‘no haga eso’. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Don José es una persona ampliamente generosa. Me recibió y compartió conmigo buena cantidad de jornadas. Siempre estuvo dispuesto a compartir, enseñándome parte de su oficio. Don José siente que tiene algo que mostrar, que tiene una competencia, que tiene orgullo por su trabajo, que quiere mostrar y compartir su experticia, su pericia. Una experticia que se hace invisible en los Zapatos Drag Queen, una experticia que nadie ve, que nadie probablemente valora, más allá de algunas personas de Calzado Yara Aristizábal o algunos de sus usuarios directos cuando reciben el trabajo. De Don José resalta el gusto, la responsabilidad y el dominio de su oficio que denotan su capacidad por el trabajo. Es capaz de hablar de su vida, de su familia, pero principalmente de su oficio como modelador y guarnecedor, tradicionalmente estas etapas en el desarrollo del zapato lo realizan personas diferentes, pero Don José demostró que tiene la capacidad, el deseo y sobre todo el gusto, de realizarlas de manera responsable. Es otro sustrato por ver, entender y reflexionar en cuanto a lo creativo de la presente investigación. Fiel al abordaje propuesto lo creativo no hace referencia a situaciones o reflexiones grandilocuentes, más bien se sitúan en aspectos casi triviales de la cotidianidad de su oficio como productor de zapatos. En algún punto se han de requerir consideraciones grandiosas, por un lado, y por otro desarrollar y detallar lo empírico, pero buscando maneras que integrarlas.

4.1 De la Crisis al oficio

Las crisis de unos son las oportunidades de otros. Don José trabaja con Yara Aristizábal, a partir de la crisis por el cambio de modelo de producción. Crisis originada entre otras cosas por la confluencia de diversas condiciones: el legado de las responsabilidades administrativas de Doña Teresa a Yara Aristizábal, las importaciones legales e ilegales de zapatos chinos, las secuelas de la crisis económica mundial del año 2008, la 'rigidez' del modelo de producción adoptado por Doña Teresa, entre otras. A partir de las decisiones tomadas por Yara Aristizábal, en ese momento se piensa la empresa más dinámica, ajustada a los retos del siglo XXI, se escala de manera diferente la producción -a partir del modelo de flexibilidad- se deja de contratar directamente a los trabajadores y se adopta un modelo de tercerización de la producción. Muchos de los que eran empleados de Doña Teresa y Yara Aristizábal continuaron como 'satélites' o maquiladores de producción, es el caso del soldador Don Jorge Acero y de quien se encarga de zapatos de línea Don Antonio Ramírez, entre otros. En el almacén, quedó únicamente Don José de planta.

Acá donde estoy trabajando ya llevó seis años, desde que doña Teresa dejó y Yara lo tiene, yo estoy con ella. Ahí nos entendemos, ahí nos llevamos. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Para ingresar a trabajar Don José fue sometido a diversas pruebas.

Ella (Yara) hizo una especie de concurso para modelista, para el diseñador. Cuando yo entraba, salía uno, ese señor estaba haciendo su prueba, y cuando yo salía entraba otro, entonces ella llamo a cada uno y lo entrevistó y todo. Yo gané y aquí estoy, nos hemos llevado bien, aquí han pasado hartísimos, yo me sostengo acá, mientras pueda. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Después que ingresa Don José a trabajar y de haberse establecido en la tercera planta, se consolida un tipo de relación con Yara Aristizábal basada en la confianza mutua, que cada uno cumplirá con su parte.

Eso es basado en que yo soy responsable de mi trabajo, pero ella también es muy responsable con sus obligaciones conmigo, entonces nos llevamos bien, no hay problema, si yo le respondo bien y ella me responde bien ¿cuál es el problema? No hay necesidad que tengamos acercamientos de nada, nos cumplimos y eso es bueno (...) Uno tiene que ser muy juicioso en su trabajo, muy organizada y que le guste. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Es un problema estructural de orden cultural ya que el 'cumplir horarios', 'tener un jefe', 'cumplir con las entregas' implica una lógica tayloriana, una lógica determinística que seguramente difiere con las lógicas de los zapateros, no estoy tratando de justificar su actitud, más bien procuro discernir las razones de su 'comportamiento'. Nuevamente Don José arroja algunas luces al porqué de la situación.

Lo que pasa es que la gente que se queja es porque el viernes están desesperados por tomarse una cerveza o irse a un bar, eso hace que descuiden la familia, cuando llegan a esas conclusiones es tarde. Yo tengo amigos que la esposa los ha dejado, que pierden la familia, pero como no van a perder la familia si desde el viernes están tomando, llegan borrachos, oliendo a cigarrillo y la esposa los tiene que atender. Todo el mundo lo hace, me acaba de decir un señor que vende lotería, que venía con una herida y me dice que el esposo le pega a la hija y él se metió y le dio duro, la gente no cambia, no sé no cambia. Entonces esas personas viven con problemas, puede que ganen poco, pero el problema es peor si se lo gastan todo en licor, eso sucede mucho en la zapatería. El zapatero tiene una cultura, aunque ahora hay muchos que no, el zapatero es de una cultura que si se gana \$100 se tiene que gastar \$120, y más que todo en licor, en vicio, entonces eso así ningún arte es bueno. Uno debe tener su medida, uno mide las cosas, yo por lo menos la mido de esa manera, yo duro mucho en una parte a donde llevo, porque uno tiene que ser responsable y si el patrón de uno es responsable, eso es reciproco, yo en partes he durado hasta 12 o 14 años trabajando en una sola parte, sin ningún problema, me hago amigos, compadres. Por qué, porque yo les cumplo y ellos a mí me cumplen. Entonces, es una relación muy buena, yo no tengo quejas de ellos ni ellos quejas de mí. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

La pregunta es ¿de qué manera se puede consolidar una verdadera condición de oficio? Procurare responderla a partir de la comprensión ampliada de la figura de Don José, a partir de la explicitación de su rol como artesano, como productor, apoyado en algunas reflexiones de Arendt (1993), en torno a la condición humana. Esto permitirá fundamentar el oficio a partir la relación artesanía - producción con labor - trabajo al mismo tiempo que se puede hacer extensible la relación con el gusto, la responsabilidad y la autoridad.

4.1.1 El oficio como Gusto

Sennet (2009: 20) habla del carácter de la artesanía, y la designa como un impulso humano duradero y básico, el deseo de realizar bien una tarea, sin más. En esos términos Don José es un artesano. Hay algo que es constitutivo en los zapateros y es su actitud ante el mundo. A veces, contestatarios, otras no tan cumplidores de sus compromisos, entre la una y la otra, la actitud que profesa Don José. Actitud que se puede entender a partir de la *labor* de Arendt (1993), quien la reconoce como la “actividad correspondiente al proceso biológico del cuerpo humano, cuyo espontaneo crecimiento, metabolismo y decadencia final están ligados a las necesidades vitales producidas y alimentadas por la labor en el proceso de la vida. *La condición humana de la labor es la vida misma*”. Me gusta pensar que al trascender generosamente la *labor* arendtiana se puede integrar un aura diferencial, ya que no podemos limitar la labor únicamente a lo biológico, es necesario comprenderla de manera integrada con la experiencia de mundo histórico, y de qué manera esta se revela al mundo en términos de visión de mundo o actitud ante la vida. Como enfoque ampliado permitirá comprender más allá de lo que mantiene vivas a las personas, es la actitud del gusto, del agradecimiento y de responsabilidad como lo manifiesta Don José.

Usted encuentra ebanistas, encuentra no sólo zapateros sino mecánicos diciendo ‘este arte es una porquería, esto yo lo hago ya por últimas’. No está bien visto que uno reniegue del trabajo, uno debe ser agradecido, lo que tiene que hacer lo debe hacer con un sentimiento de agradecimiento, como con una energía positiva. No es que sea por religión u otro cuento, eso es como le cuento con el patrón, si yo soy responsable y mi patrón es responsable, eso nosotros no necesitamos. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

La labor no es visible a simple vista, será lo que nos relaciona con todos los humanos, pero a la vez nos va a diferenciar. Quiero ampliar el horizonte de la labor, hasta relacionarla con el gusto con lo que se hace, pero al mismo tiempo relacionarla con cierto tipo de alegría por hacer las cosas, evocándome la condición de ‘fiesta’ descrita por Gadamer (1991) en la actualidad de lo bello. para Don José el gusto y la alegría por el oficio, es esencial, pero también aceptar la vida como viene, lo más probable que esto suceda es que Don José encontró en el oficio de la zapatería, la manera más adecuada de realizar su vida.

Muchas veces me siento a tomar un tinto con un amigo y dicen ‘pero esta hijueputa zapatería, esto no sirve ni pa’mierda, esto ya no es como antes, ya que antes vivíamos bien’. Los tiempos son los mismos, digamos han cambiado, pero no sé, en mi modo de ver el que cambia es la persona (...) Entonces si a uno no le gusta lo que hace es muy difícil, a uno le tiene que gustar, gustarle el trabajo es esencial, porque uno vive contento, uno se despierta y dice bueno me voy a trabajar esto hace parte de mi vida, para mí y para mi familia, yo lo tomo de esa manera y nunca yo vivo renegando ni viviendo el trabajo como si antes fuera mejor que ahora. Ahora es bueno, porque yo vivo relativamente bien con este trabajo, no hay ostentaciones, pero tampoco hay necesidades apremiantes tampoco, gracias a Dios vivo bien. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Es importante reconocer cierto tipo de alegría que siempre debe acompañar el oficio. Es un cambio de actitud ante la vida y ante el oficio, ya que casi siempre se relaciona con “algo tan aburrido que hasta pagan dinero para que uno se quede”.

Yo le doy gracias a Dios porque esto a mí me gusta, vea yo me levanto por la mañana y es con un agrado con el que yo me vengo a trabajar, pero tremendo. Yo me levanto y lo primero que hago es echarme un baño, tomarme un tinto, sino lo hay en la casa me lo tomo por el camino y me siento a trabajar. Pero es que yo desde el camino vengo contento, porque sé que vengo a trabajar y sé que ese es mi sustento, sé que con eso ayudo a mi familia, sé que con eso comemos y sé que le estoy brindando un servicio a la sociedad, porque la gente viene y se pone sus zapatos y queda contenta y me parece bueno, todo el trabajo desde el punto de vista que yo lo vea, para mí es bueno. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Don José se instala en el servicio que le está prestando a la sociedad, además del reconocimiento que gracias a su trabajo está llevando el sustento a su casa, de esa manera sostiene su familia. Al mismo tiempo, reconoce el impacto de su obra en sus clientes. Con sus reflexiones Don José disloca la clásica relación entre el trabajo y lo devengado, ajustando su estilo de vida a lo ganado, de esa manera mantiene un estilo de vida ‘básico’ sin ostentaciones, sin quejas.

... yo vivo verdaderamente como un rey. No vivo mal, yo pago arriendo, pero a mí nunca me ha faltado nada. Yo trabajo duro como le digo y nunca nos ha faltado, no con ostentación ni nada de eso, pero lo básico, nunca nos ha faltado. Siendo un poco austeros, austeros me refiero a que yo no tome licor, ni vagabundeó, ni nada de eso, ni me hace falta, pero yo vivo una vida gracias a dios buena, gracias a este arte, entonces no me quejo. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

A mi modo de ver Don José denota una filosofía clara, que se refleja en la manera cómo ve el mundo y como interactúa con él.

Esa es una enseñanza buena, uno puede estar ganando igual que el presidente, por mucho que tenga el presidente, así tenga zapatos no se puede poner cuatro a la vez, por mucha ropa que tenga, no puede poner una camisa sobre otra, y así. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

4.1.2 El oficio como responsabilidad

Lo que trabaja Don José son los Zapatos Drag Queen, entre otros. Pero es un trabajo caracterizado por la responsabilidad y con todo lo que ello implica. Responsabilidad implica autodeterminación, pero a la vez cumplimiento, así lo expresa Don José.

A veces, no nos vemos por meses con ella (Yara), si hay que hacer un arreglo acá yo lo hago, si hay que solucionar algo lo arreglo, lo soluciono. Si es mucho, por ejemplo, si este arreglo no es mío, yo le digo, bueno pásame tanto extra y me dicen, sí listo tranquilo, pero hágale. Otros no hacen eso, ah ese trabajo es de fulano, que lo arregle él. Yo no necesito ni vernos, es trabajar y cumplir con mi deber y que aquí me cumplan con el mío. Trabajar con ganas y agradecimiento no hacia la fábrica o hacia el patrón, más bien viéndolo como una cosa integral, porque yo me voy a beneficiar también, todos nos estamos beneficiando, el trabajo nos favorece a todos y eso es reciproco. Nunca falta el trabajito. Yo llevo las cosas así, y a mí me funcionan. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

La responsabilidad a la que hace mención Don José -con anterioridad- no es gratuita sobre todo en el gremio de los productores, de la experticia de aquellas personas que se ganan la vida a partir del dominio de su conocimiento y trabajo realizado con sus manos. Se han consolidado una fama de buenos trabajadores pero bohemios. El mismo Don José los define como irresponsables.

Pero las personas que son así como le estoy contando, irresponsables, en ninguna parte duran. En una parte duran un mes, en un año están andando por cinco, seis fábricas, en ninguna fábrica les sirve. Pero no es que no sirva la fábrica es la persona. Porque hay fábricas en donde el horario es llegar a las seis de la mañana, llegan dos veces a las seis, después por cuestión de borrachera o de cosas, entonces llegan a las siete, pues ya no les abren y a la tercera vez los echan. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

Don José trabaja como productor, ya Sennet (2009: 20) refería inicialmente que “abarca una franja mucho más amplia que la correspondiente al trabajo especializado”. Pero al mismo tiempo caracteriza al productor como “manifestación tecnológica de conocimiento encarnado”. (61). No puede haber trabajo sino hay un verdadero dominio de un conocimiento determinado.

Si uno trabaja y vive con cierta austeridad y trabaja bien, que sepa trabajar bien, porque hay personas que no saben trabajar bien, por ejemplo, este arte, pues les toca desertar buscar otros artes. Yo veo gente que se mete en esto y dura dos, tres o cuatro años, porque tienen muchos problemas, porque no les queda bien el trabajo, entonces que hacen buscan y se meten de chofer, de mensajero, de cualquier otra cosa, pero no dicen que el trabajo les quedó grande, pero nunca les gusto el arte. (Don-José, Septiembre -29, 2015)

No puede haber trabajo sin labor. Parafraseando a Arendt (1993: 17), el trabajo es productivo, sus resultados –los zapatos Drag Queen- están destinados no tanto a ser consumidos como a ser usados; tienen un cierto carácter duradero. “El trabajo constituye la dimensión por medio de la cual producimos la pura variedad inagotable de cosas que constituyen el mundo en que vivimos, el artificio humano”. El trabajo proporciona un ‘artificial’ mundo de cosas, claramente distintas de todas las circunstancias naturales. *La condición humana del trabajo es la mundanidad.* El trabajo se define a partir de la calidad del producto realizado y de la satisfacción del usuario a quien va dirigido. (17). El tener un comienzo definido y un fin determinado predecible son rasgos propios del trabajo. A diferencia de la rutinaria actividad de la labor, donde laborar y consumir son sólo dos etapas de un idéntico proceso, ‘la producción y el uso’ son dos procesos absolutamente distintos. Como lo plantea Fallan (2008: 63), esta es precisamente, “esa atención que viene entre la esfera de la producción y la esfera del consumo y el uso. La tendencia a enfocar o la esfera de producción o la esfera de consumo, han sido ambas criticada, se pide un enfoque que pueda unir los dos”. Ese nuevo enfoque posibilitara, movernos entre los productores y los usuarios reales, entre lo imaginado como usuario por el productor y los

drags (además de los usuarios representados), entre la intención y la interpretación, y entre que se escribe en los zapatos (inscripción) y cómo este se lee (suscripción / de inscripción). En corto, mediación y traducción debería ser el centro de preocupación; y el análisis script, puede ser la herramienta metodológica apropiada como enfoque. Ampliando un poco más, la idea de script de producto ha sido desarrollada como un esfuerzo, para facilitar la aproximación analítica de cómo los productos transportan y transforman significados. El concepto fue acuñado por Madeleine Akrich, ella usa el término 'script' "como una metáfora por el 'manual de instrucciones', afirma que está inscrito en un artefacto. Un artefacto contiene un 'mensaje' (el script), desde el cual el productor/ diseñador, describe a los usuarios, las intenciones de uso y significados del producto". (62). Claro está, para el caso de los zapatos Drag Queen el manual de instrucciones tiende a ser básico, acude al sentido común. Por más que la estética sea barroca, kitsch o sea un zapato – concepto, o zapato – arte la manera de calzarlo, de 'usarlo' de iniciar el proceso de interacción es el mismo para todos, y siempre queda explícita. La sinceridad implica que de entrada quede claro por donde entra el pie y luego la pierna, luego facilitar los gestos de ajuste zapato - pie, para terminar 'amarrando' el zapato al pie ya sea por medio de correas, cordones, broches. En términos de los Zapatos Drag Queen, Don José, tiene que resolverlos tanto interna como externamente; lo interno será caracterizado por la seguridad y el confort del zapato al pie, teniendo en cuenta la transpiración y la manera de usarlos sin apretar, después de calzados los zapatos Drag Queen, la Drag tendrá que concentrar su atención en la performance. El exterior del zapato estará definido por las negociaciones entre las exigencias estéticas y tecnológicas de la Drag y la manera como los productores -Don José, Don Jorge- responden a los requerimientos, traduciéndolos a partir del reconocimiento de las posibilidades del cuero, además del uso de sus herramientas y de la apropiación de su espacio de trabajo. Esta en la línea de lo que plantea Simon (1988: 68), sobre las "propiedades peculiares del artefacto estriban en la estrecha conexión entre las leyes naturales que hay en él y las leyes naturales fuera de él. El mundo artificial se centra precisamente en esta conexión, colocada entre los medios interno y externo". También debería ampliarse su comprensión a que la producción de los zapatos Drag Queen no podrían realizarse sin tener en consideración el dominio de sustratos, fuera de ellos tales como: en un sustrato la cadena sectorial, el mercado, el barrio, el almacén y en otro sustrato más próximo a Don José, el taller, las herramientas y el material, la Drag entre otros, a continuación profundizaré sobre el taller, las herramientas y el material como

dimensiones características de la consolidación de la autoridad que debe acompañar el oficio.

4.1.3 El oficio como autoridad

Don José pasa casi la mitad de su vida en el taller. El taller es su segundo hogar. Él sabe cómo 'habitar' el espacio, le da sentido a partir de sus lógicas de producción y trabajo de los zapatos y aunque en apariencia pueden ser entendidas como desordenadas -como me sucede a mí inicialmente- es necesario reconocer dichas lógicas en el marco del oficio como gusto y como trabajo que consolida Don José. El espacio de trabajo de Don José no ha de superar los ocho metros cuadrados (8 m²), hay una condición de orden casi sublime con el espacio ya que, a pesar de las limitaciones espaciales, de materiales y de herramientas allí se consolidan creativamente los zapatos Drag Queen. El mismo Sennet (2009: 25), reflexiona como lo sublime sugiere un *horizonte ilimitado*, al mismo tiempo lo relaciona con *la imaginación* como algo que nos ocurre, sin dejar de lado *la intuición* comienza con la sensación de que algo que aún no es, podría llegar a ser. En el desarrollo del trabajo como técnica, la sensación de posibilidad se basa en el sentimiento de frustración producido por las limitaciones de una herramienta o por la falta de comprobación de sus posibilidades. Nuevamente para Sennet (2009: 72), en el medioevo, los artesanos dormían, comían y criaban a sus hijos en los lugares en los que trabajaban. El taller es el espacio producción en el que Don José ejerce su autoridad a partir de su conocimiento encarnado, de su visión de mundo y de la manera como les da apariencia a los zapatos. En el taller, las habilidades y capacidades de Don José pueden valerse el derecho de mandar, y aprender de ellas y assimilarlas puede dignificarse. En el trabajo del taller tiene que haber un superior que establezca patrones. (73).

La autoridad descansa en un hecho básico de poder: el maestro determina cómo ha de ser el trabajo que otros realizan bajo su dirección. En esto, el estudio del artista del Renacimiento no se diferenciaba mucho del taller medieval ni del laboratorio científico moderno. (Sennet 2009, 91)

La autoridad al interior del taller implicará que todos los trabajos que pasen por las manos de Don José sean parte del prestigio no solamente del productor sino del Almacén Yara Aristizábal, la fiabilidad de la reputación del productor y del Almacén se construyen a partir de la calidad de sus trabajos y eso redonda en garantías de sostenibilidad del modelo de negocio y modelo de producción. A diferencia de la situación medieval del taller, Don José en apariencia trabaja solo, no tiene ni oficiales tampoco aprendices, seguramente debido a la tercerización del trabajo. Así aparezca en solitario Don José al interior de su taller, su

trabajo es forzosamente el de un experto sociable, como lo plantea Sennet (2009: 305), para él “el aspecto sociable de la pericia atañe a la cuestión de la transferencia de conocimiento”. Pero al mismo tiempo en contraposición, “el experto moderno dispone de pocos rituales potentes que lo unan a la comunidad en general o incluso a los colegas, el poder de las asociaciones profesionales se debilitó en el último siglo bajo las presiones de un mercado impersonal y un estado burocrático, pese a que las profesiones mismas se convertían en disciplinas más rigurosas, más expertas”. (303). Los zapatos Drag Queen se producen a mano, solamente una pequeña parte se resuelve con el apoyo de la máquina de coser. Esto es paradójico ya que bien entrado el siglo XXI, cuando se está hablando de una cuarta revolución industrial, de economía naranja, de líneas de montaje y producción se siga preservando un proceso de manufactura heredado de la antigüedad. Esto no debería extrañarnos ya que, si se revisa detenidamente la manera como las grandes marcas del calzado, sobre todo femenino, tipo **Jimmy Choo** se resuelven también a mano, de ahí el precio de venta al mercado cercano a los US \$ 3.000, o en el lado masculino unos zapatos **Ermenegildo Zegna** con un valor medio de US \$ 1.000, esta estrategia es una manera de marcar diferencia frente a la alta automatización y estandarización de la producción mundial de zapatos, ya que la hechura a mano de los zapatos introduce cierta variable o tipo de defecto, en otros términos de irregularidad, muy estimado en la actualidad para la personalización del calzado o como lo llaman en Calzado Yara Aristizábal, el zapato *sobremedida*. El valor agregado diferencial que se explora es que las características de nuestros pies se diferencian de la del resto del mundo, más aún se tiene en cuenta que existen diferencias muy sutiles en nuestros pies. Sobre la naturaleza ‘defectuosa’ de los productos artesanales Sennet (2009) plantea.

“A medida que la cultura mecánica maduraba, el artesano del siglo XIX se mostraba cada vez menos como mediador y más como enemigo de la máquina: Contra la perfección rigurosa de la máquina, el artesano se convertía en el emblema de la individualidad humana, emblema concretamente constituido por el valor positivo que se atribuía a la diversidad, los defectos y las irregularidades del trabajo hecho a mano”. (Sennet 2009).

Hay una relación de intermediación y reciclaje de las herramientas, el material y el espacio en toda la historia del trabajo corporal de Don José; en donde cada aspecto -espacio, material y herramientas- serán mediaciones que potencian y limitan la naturaleza de las respuestas estético – tecnológicas – económico- creativas obtenidas por Don José. El carácter de mediador que pueda tener el cuerpo de Don José frente a los diversos retos que tiene que realizar, se suma a como se integra y desdobla a la vez el taller como espacio de trabajo, al mismo tiempo que va dialogando con el material, diálogo establecido a partir

de la naturaleza de las herramientas que utiliza. Cuando Don José trabaja sobre los zapatos, se apoya en el potencial desempeño que posibilita su corporalidad. Cuando Don José hace los Zapatos Drag Queen su cuerpo, entra a negociar -con todo y sus limitaciones- con el material, con los instrumentos, herramientas o máquinas, con el espacio, entre otros aspectos. Hablo de las limitaciones del cuerpo humano, enunciadas por Braudel (1984: 289) cuando refiere que “el hombre con sus músculos es un motor limitado. Su fuerza, calculada en caballos de vapor (75 kg a un metro de altura, en un segundo), es irrisoria: entre 3 y 4 centésimas de caballo de vapor frente a 27 a 57 centésimas de un caballo de tiro. En 1739, Forest de Belidor sostenía que se necesitaban siete hombres para realizar el trabajo de un caballo”. De igual manera Sennet (2009: 21) destaca la “estrecha conexión entre la mano y la cabeza. Todo buen artesano mantiene un dialogo entre unas prácticas concretas y el pensamiento; este dialogo evoluciona hasta convertirse en hábitos, los que establecen a su vez un ritmo entre la solución y el descubrimiento de problemas”.

Figura 4-3: Corporalidad del zapatero.



Fuente: (Vass 2006).

Mientras que Giedion (1978: 62) en el capítulo *los medios de mecanización* del libro *la mecanización toma el mando*, considera la mano como constitutiva de toda mecanización simple, “la mano humana es una herramienta prensil, un instrumento para asir. Puede empuñar, sostener, apretar, empujar y moldear con toda facilidad. Puede buscar y palpar. Flexibilidad y articulación son sus palabras clave”. Siguiendo con la mano, los dedos con su triple articulación, la muñeca, el codo y los hombros y, a veces el tronco y las piernas,

incrementan la flexibilidad y la adaptabilidad de la mano. Músculos y tendones determinan cómo asirá y sostendrá el objeto, véase gesto de figura 4-3. Su piel sensible toca y reconoce los materiales. El ojo dirige su movimiento que tiene raíz en la mente. Por más complicada que sea la tarea que la mano pueda ejecutar, hay una cosa para la que está muy mal preparada: la automatización. En su misma manera de efectuar movimientos, la mano es inadecuada para trabajar con precisión matemática y sin pausa. La mano puede ser adestrada hasta cierto grado de facilidad automática, pero tiene negada una facultad: la de permanecer invariablemente activa, además que ningún movimiento puede repetir exactamente otro. (63). Al llevar a la realidad la función de la mano y del cuerpo, debido primordialmente a los trabajos repetitivos, es frecuente encontrar problemas musculoesqueléticos en los trabajadores, para el caso Don José no puede ser ajeno a estas situaciones, recurrente en el oficio.

Algunos sí otros no, yo nunca he sufrido de eso, gracias a Dios, pero sí tengo personas que sufren del túnel del carpo (...) por eso, porque uno trabaja demasiado las manos y la columna, eso sí no es sólo mío, en las oficinas y en todas partes (...) la gente sufre mucho – mucho - de la columna con la postura y malas posturas, más que todo eso; por eso yo prefiero trabajar de pie, me siento cuando es estrictamente necesario (...) Hay algunas personas que trabajan conmigo que también sufren como del túnel del carpo que llaman, por eso, porque es sólo uno trabajar la mano, la mano... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

La mayor parte que acompañe a Don José en su taller me llamó la atención que únicamente se sienta cuando tiene la necesidad de coser con la maquina Singer, si no existe esa necesidad siempre se encontrara de pie. Hay una razón del porqué Don José gusta trabajar de pie que no sentado y es la que explicita a continuación.

Siempre trabajo de pie sí. Y las otras veces pues ahí cosiendo, pero me gusta más de pie porque sí, porque para modelar es como indispensable, lo principal que yo hago es moldes, casi todos los días hago moldes y entonces es acá, trabajo acá, sentado se incomoda uno mucho, porque le toca a uno dar vueltas y así allá no sé qué... todo es de pie. Y en la guarnición también me gusta porque trabajo yo... la mayoría sí todo el mundo trabaja sentado en la máquina, pero eso afecta mucho la columna, entonces con el tiempo y como uno es, como me dijo alguna vez el médico, en el trabajo de uno es tan repetitivo, que se vuelve, uno está haciendo ejercicio, pero a la hora de la verdad es sedentario, uno es repetitivo, sentado ahí en lo mismo, lo mismo, entonces ¿qué me sucedió a mí alguna vez? Me fui a parar, y me fui a parar y me quedé tieso, y hasta allí llegue, duré como un mes o mes y medio... era una contusión pues muscular que me dio, porque los músculos, el médico me explicó, los músculos se acostumbran a estar ahí, ahí, ahí, cuando les hace uno un movimiento brusco, se... algo así como un calambre pero no es un calambre, yo sé que ellos le llaman como una contracción muscular, entonces los músculos se entrelazan y se tensan ahí... y ahí queda, yo quedé tieso así como por uno o dos meses tal vez y me tocó un tratamiento bravo, el médico me explicaba eso, entonces es mejor en ese caso estar de pie, estando de pie es la forma natural del cuerpo y no sentado, el estar sentado es como cuando a las damas o a los caballeros, pero más que todo las damas que cruzan la pierna, es una postura terriblemente mala, mala para el cuerpo para la columna, para la postura, para todo, el sentado y cruzar la pierna es horrible, es terriblemente mala postura. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

La costumbre de cierto tipo de posturas en el desarrollo del oficio conlleva a consecuencias complejas para los productores y en algunos casos irreversibles, se puede decir que Don

José es afortunado ya que, aunque sufre de su columna vertebral su tratamiento y desenvolvimiento posterior fue adecuado.

... la postura natural como ser humano es de pie, si uno puede trabajar de pie todo el tiempo mejor, por eso es por lo que yo acostumbré... eso, por un lado, pero por el otro yo soy operado de la columna, aparte de eso... A mí me operaron de la columna y aprendí mucho de la columna porque uno cuando se enferma de algo aprende de eso porque uno le pregunta al médico y sino pues el médico le dice, le va diciendo; pero como yo soy inquieto, yo le preguntaba, él cogía un esqueleto y me decía, qué me pasaba, a mí me afectó los discos lumbares cuarto y quinto, bien ahí donde uno está sentado ahí todo el tiempo, eso lo afecta, y como uno es tan repetitivo el trabajo entonces con cualquier esfuercito, es como por ejemplo un futbolista de pronto es... tiene una lesión en una mano, de pronto en la rodilla, de pronto por acá, de pronto allí, en el tobillo... ellos tienen muchas formas de lesionarse, pero ejercitan todo el cuerpo, nosotros no, nosotros sólo ejercitamos una parte que es como la columna ahí sentado todo el tiempo y luego las manos. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

De una u otra manera, el trabajo deja huellas no sólo en el cuerpo -como el caso de la columna vertebral- sino en las manos de Don José, estas diversas improntas debidas al uso de las herramientas o las máquinas, también debidas al proceso de producción, muchas veces dan cuenta de la complejidad dolorosa del proceso de aprendizaje. El dominio maestro del oficio implica el manejo completo de todo mediador. (Véase figura 4-4).

Figura 4-4: Huellas en las manos de Don José.



Fuente: Propia.

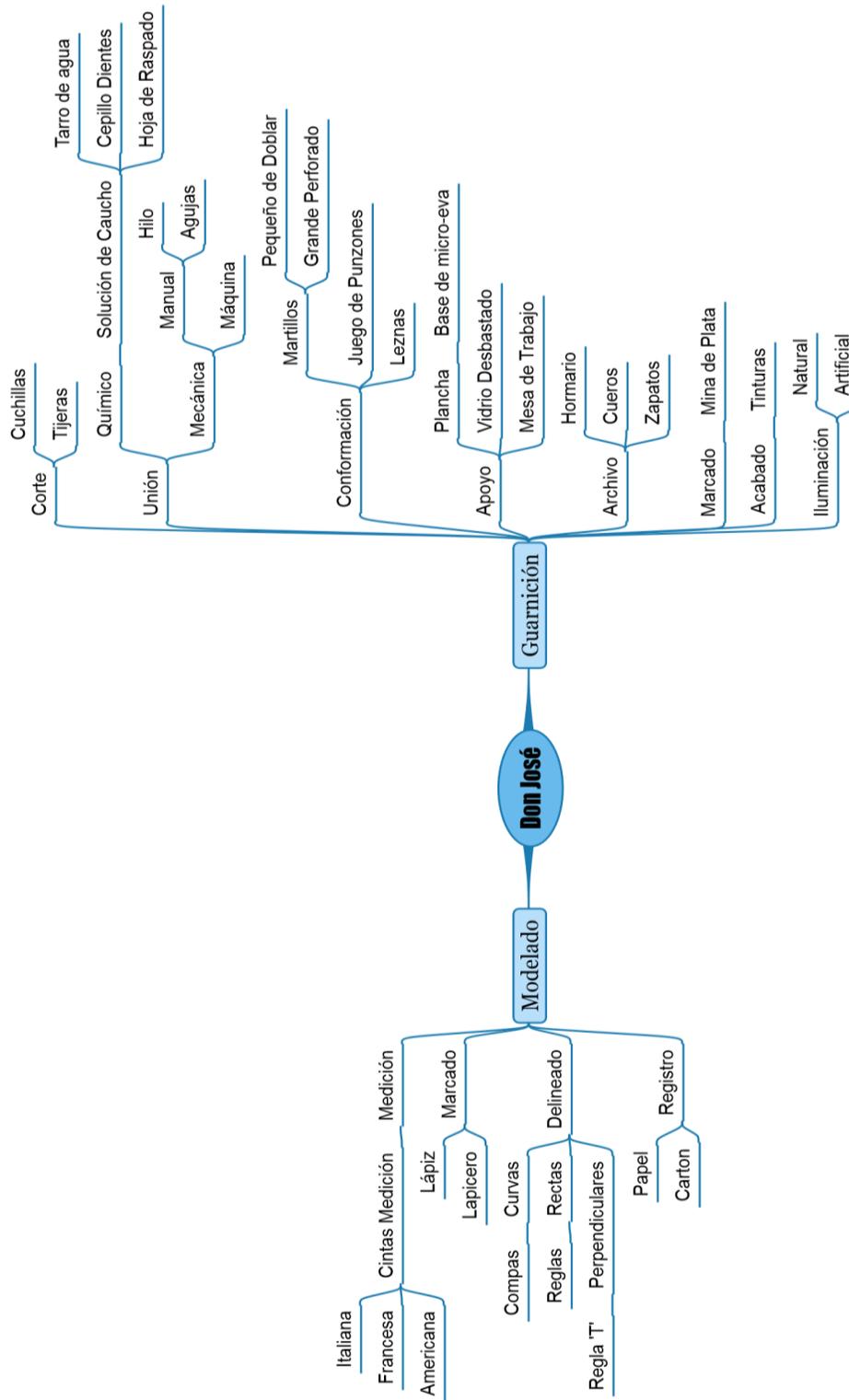
Mira acá tengo... las manos son todas llenas de cicatrices, de marcas, porque uno al principio no le tiene... hasta que uno aprende, alguien le... algún, uno va aprendiendo, la forma correcta es cogerla así, mire...
(Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Es de destacar la manera como Don José construye su mundo y se reinventa a sí mismo a partir de las mediaciones, de las negociaciones con sus **herramientas**. Las herramientas como mediadores para facilitar las respectivas transiciones o transformaciones de lo que 'el material quiere ser', respetando las diversas consideraciones, los límites establecidos por la naturaleza del material, negociando constantemente entre los requerimientos estéticos de la Drag y las diversas posibilidades y limitaciones del material. La lógica de uso y función de las herramientas constituida por Don José se estructura a partir de la taxonomía siguiente: herramientas de modelado, herramientas de guarnición, a partir de esta división inicial se constituyen tipologías diversas de herramientas que soportan el trabajo de Don José. Las negociaciones se potencian, en función del carácter de la actividad a realizar, por ejemplo, para el proceso de unión, recurre a diversos tipos, un caso es la unión mecánica de las partes, por medio de costuras ya sea a mano o con mediación de la máquina de coser, otro ejemplo de unión mecánica es cuando se utiliza un broche, un remache, con la doble intención de unir, pero de manera llamativa, muy dado para el caso de los zapatos Drag Queen. Otra forma de unión es por medios químicos, es decir usando solventes o algún tipo de pegante en solución. Además, se negocia ya sea con las herramientas que compra o que rediseña don José, este es el caso de los cuchillos de corte y las tijeras. Veamos a continuación un cuadro relacional de las herramientas categorizadas, acorde al proceso de producción de los zapatos, para Don José. Existe un carácter de orden contingente en cuanto al tipo de herramientas que utiliza cada uno de los productores, sobre todo porque cada productor lleva consigo su propia herramienta. Además, cada productor debe establecer su autoridad, en el dominio característico de cada una de sus herramientas, dicho dominio está en los términos del 'programa de acción' planteado por Bruno Latour o en la misma línea del 'script' planteado por Akrich. Sennet (2009: 239) plantea la relación de los productores con sus herramientas en términos de reto, que en últimas su dominio favorece la consolidación del uso de la herramienta. A continuación, Don José describe buena parte de las herramientas con las que realiza su trabajo.

Las herramientas con las que yo trabajo son principalmente: cuchillas, que tengo varias, hartas cuchillas, por ahí tengo más; una muy buena tijera, ésta no, ésta la compré porque la mía se me embolató, a veces, no sé, se me perdió, algo pasó, pero una tijera muy buena es la corneta, ésta no es Corneta, pero me ha salido más o menos buena; entonces es tijera, muy buen cuchillo, martillo de doblar que llamamos que es éste. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Derivado del acompañamiento a su trabajo consolido un resumen estructurado de las herramientas que utiliza Don José. Véase figura 4-5.

Figura 4-5: Cuadro relacional Don José y sus herramientas.



Fuente: Propia.

Figura 4-6: Martillo de doblar.



Fuente: Propia.

Figura 4-6. **Martillo de doblar** que por lo regular se utiliza pequeño y un martillo grande, que también está por ahí, de calzado normal para digamos para hacer los... para hacer perforados y eso. No son para hacer repujados, no, más que todo para hacer perforados... Perforados para las correas, por decir algo... ése es éste. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Cuando Don José habla de doblar hace referencia a una técnica que consiste en usar el doblar en los bordes del cuero, para aumentar la resistencia del material. Dice Don José.

Doblar es esto, hacerle el doblar al material. (Véase Figura 4-7). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-7: Gesto de doblar.

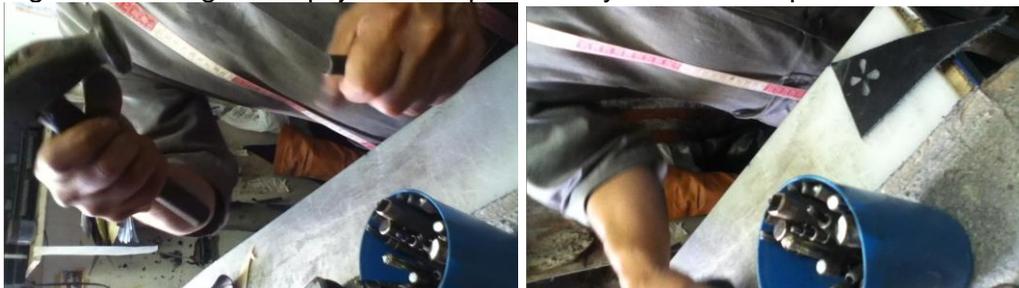


Fuente: Propia.

También el uso del martillo para realizar perforados en el cuero.

Éste (**martillo**) es de zapatería clásico, pero igual yo lo utilizo para hacer los perforados que se hacen con todos estos dibujos, entonces yo, como es duro de hacer... uno coge con este martillo y le da y mire... venga hacemos uno, por decir algo, y si va a hacer, por decir algo, una florecita, uno coge esto acá, mira, con éste que es potente, este martillo, entonces uno le hace acá... ahí está, una, dos, ¿se da cuenta? Hay que darle duro, tres y cuatro, ahí hay como una florecita, entonces uno llena, y ésa es la labor de este martillo. (Véase Figura 4-8). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-8: Juego de repujadores – punzones y actividad de perforado.



Fuente: Propia.

... y luego una **plancha** es muy importante una plancha para doblar, para hacer todos los trabajos sobre la plancha... Véase figura 4-9. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-9: Plancha de Golpeo.



Fuente: Propia.

Figura 4-9 y 4-10. En microporosa, microeva se llama... **microeva** que es un material microporoso, pero muy resistente y tiene la función en primer lugar de soportar aquí la plancha, pero el principal es de absorber el sonido, porque sonaría demasiado duro el hierro, y con esto absorbe el sonido y se sostiene bien para trabajar... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-10: Superficie EVA de Golpeo.



Fuente: Propia.

... también trabaja uno con un **vidrio**, éste se me rompió, pero este vidrio lo utiliza uno para desbastar, hoy en día no se desbasta, pero yo soy todavía de los que corto y esto por ejemplo lo desbasto a mano, entonces mira, sobre el vidrio. (Véase Figura 4-11). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-11: Otras superficies de trabajo y acción del desbastado.



Fuente: Propia.

Figura 4-12: Explicación del desbastado.



Fuente: Propia.

S: Ese desbastado es para...

D. J: Para hacerle este dobladito...

S: ¿Para que quede el cuero de menos calibre?

D. J: Sí señor, para que quede rebajadito... entonces ¿uno qué hace? Le desbasta y ahí dobla, mira, ¿se da cuenta? Si dobla sobre esto (sin desbastar) de pronto se puede si el material es muy delgado, pero al ir a coser esto hace que la aguja, que el pie se vaya, baile y no se vaya la costura recta como debe ser. (Véase

Figura 4-12). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-13: Explicación del Rebajado del filo del cuero.



Fuente: Propia.

Figura 4-13. Este queda con filo, además del doblado hace que este filito quede bien, aquí como uniforme entonces la costura pasa derechita como se ve acá, mire por ejemplo en este caso ¿Sí ve? Aquí se le nota...

(Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

*Figura 4-14. Sí, aparte de eso... pero para modelar, por ejemplo, para modelar uno utiliza muchas más herramientas, para modelar uno utiliza por ejemplo aquí hay **aguja**, para costura de zapato tubular, hay el punzón...* (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-14: Otras herramientas.



Fuente: Propia.

Figura 4-15. El compás, hay **compás**, y hay **reglas** de todo tipo, hay de ésta, hay de ésta que también se utiliza, **Tajalápiz**, **borrador**... y ya. Estos son unos para... estas herramientas son para guarnición y otras herramientas para modelaje. Esa es toda la herramienta más o menos... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-15: Pegamento Químico.



Fuente: Propia.

Figura 4-15. Para el pegado en guarnición, se utiliza más que todo esto que se llama **solución de caucho**, la labor de esta solución es, uno la unta, mire acá está precisamente doblado, uno unta le pone el hiladillo y ella dobla, pum, dobla y sostiene, sostiene... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Don José explica la técnica de pegado.

Mire aquí está untado, puesto el hiladillo, aquí ya está doblado, entonces sostiene para echarle la costura, esa es la labor de esto. (Véase Figura 4-16). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-16: Pegado del Cuero.



Fuente: Propia.

Entonces hay una **mina** que es especial que la llamamos Mina de Plata porque marca sobre cuero y tiene la facilidad de que borra... Uno, así como marca borra. Y es una mina especial... Marca para uno armar el molde... Puede rayar el cuero, puede... El molde por ejemplo viene así y con esta señal para armarle esta pieza acá... ¿entonces yo qué hago? A esta pieza le marqué donde va armadita acá y a esta le marqué aquí para que no se pase. Esta es la labor de esta mina, mina de plata. Y **lápiz** y lapicero, corrientes. (Véase Figura 4-17). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-17: La mina de Plata y su uso.



Fuente:

Propia.

Las herramientas de corte (véase figura 4-18) son de gran importancia para los productores, en especial para Don José sus cuchillas de corte y sus tijeras son fundamentales para la etapa de modelado.

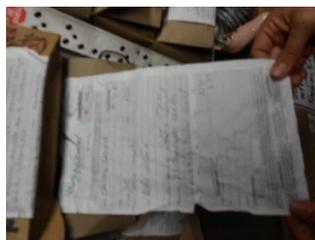
Figura 4-18: Herramientas de Corte.



Fuente: Propia.

Ahora a manera de ilustración de la manera como trabaja Don José integrando de paso espacio -taller-, herramientas y material, además de explicitar de qué manera se suceden aspectos relevantes de sus tomas de decisión, comparto a continuación una producción cuya trazabilidad pudo ser acompañada casi en su totalidad. Vale la pena recordar que la producción del zapato se hace a mano, pero Yara Aristizábal ha procurado introducir una manera de proceder, productivamente hablando, que posibilita su seguimiento en cualquier punto, en otras palabras, Yara Aristizábal ‘organiza’ productivamente el trabajo teniendo en cuenta la ‘línea de montaje’ como herramienta de mecanización del zapato. En los términos que Giedion (1978: 64), utiliza cuando refiere a la mecanización “la primera fase de la mecanización consiste en transformar los gestos de empujar, tirar y apretar de la mano en una rotación continúa. La segunda fase afecta los medios de mecanización. Las herramientas, las máquinas- El cambio de la producción manual a ciertos niveles de mecanización”. (69). La línea de montaje es una de las herramientas más efectivas de la mecanización. Su objetivo es un proceso de producción ininterrumpido, que se logra mediante la organización e integración de las diversas operaciones. Su última meta consiste en transformar la manufactura en una sola herramienta en la que todas las fases de producción y todas las máquinas se conviertan en una gran unidad. (94)

Figura 4-19: Orden de Trabajo.



Fuente: Propia.

Don José incuba inicialmente el proceso de producción de los zapatos, recordemos que los zapatos Drag Queen se desarrollan sobre pedido, se producen sobremedida, así que, siempre que llega un usuario Don José procede a tomar, sobre una hoja de papel las improntas de ambos pies, luego procede a tomar diversos perímetros de cada pie, medidas que se parametrizan con respecto de la altura. Todo este tipo de información se registra de manera meticulosa en lo que ellos denominan la 'orden de trabajo'. (véase figura 4-19).

Figura 4-20: Horma de Zapato ajustada al pie del usuario.



Fuente: Propia.

La mayoría de las veces las medidas de ambos pies y piernas difieren, así sea una diferencia por el rango de los milímetros esto lo reconoce el ojo experto de Don José como indicio para modificar y adecuar la horma del zapato. (véase figura 4-20) Luego inicia el proceso de modelado -apoyado en el *desarrollo geométrico* del pie y de la pierna- y de las características del cuero, acorde a los requerimientos de la Drag y finaliza su trabajo realizando la unión de las partes y colocación de accesorios acordados con el usuario. Es interesante ser testigo de manera discreta de cómo se inicia el proceso de negociación – traducción entre el usuario y Don José. En la época que realizo el registro es muy próxima a la celebración de Halloween, razón por lo cual la Drag requería sus zapatos para un evento en donde debía realizar una performance con atmósfera egipcia. Para el caso en cuestión la Drag requería de unas Zapatos tipo botas, en las que las piernas quedarán, en buena parte al descubierto, cubiertas únicamente por una serie de correas que llegarían hasta la rodilla; para lo cual 'lo tiene claro' ya que anexa al proceso negociación una imagen descargada de internet, (véase figura 4-21).

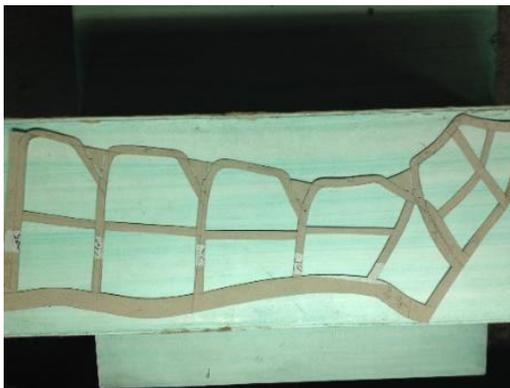
Figura 4-21: Imágenes entregadas como referencia.



Fuente: Propia.

Con el apoyo de la imagen y las medidas, Don José pregunta sobre gustos de material, colores, la presencia o no de algún accesorio que no aparece en la imagen, la Drag manifiesta su preferencia hacia el color 'Dorado' y realiza una selección del tipo de cuero y accesorios, a partir del muestrario enseñado por Don José; el acuerdo es entregarlo en menos de ocho días calendario.

Figura 4-22: Guías de Referencia en Cartón Kraft y Cartulina.

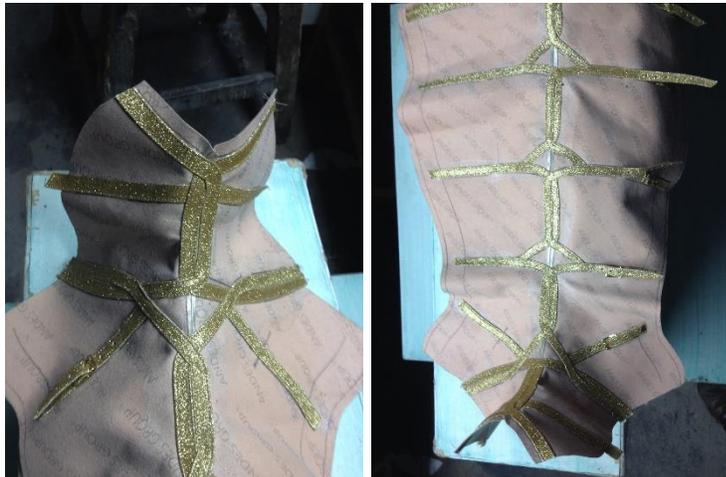


Fuente: Propia.

A partir de este momento inicia la etapa de modelado, etapa en la que las medidas tomadas y consignadas en la orden de trabajo sufren su *primera traducción*, en otras palabras, se dará cuenta del patronaje -representación gráfica de cada una de las piernas de la Drag- acorde al modelo requerido, la manera como se materializa la representación del proceso

implica la realización de unas plantillas - guía de cartón Kraft a partir de las cuales se procederá al corte del cuero, a mano. (véase figura 4-22)

Figura 4-23: Guías de Referencia y transito con Entretela y Cuero.



Fuente: Propia.

La etapa que viene a continuación puede ser considerada una *segunda traducción* y se denomina guarnición y da cuenta del proceso de armado mediante la unión de todas las partes involucradas. Para este caso, y teniendo en consideración en el diseño seleccionado que se tiene que ver más la piel que el cuero, o sea que, prima más el vacío que las correas de cuero, Don José utiliza la estrategia de coser al cuero, a una 'entretela' -esta entretela después desaparecerá, ya que se cortará- para que se mantenga 'firme y trabajable' el cuero (véase figura 4-23). Apoyado primero en pegante, Don José procede a unir las piezas, necesariamente refuerza el proceso de unión de cada componente golpeándola con un martillo, sobre la base metálica. A continuación, Don José con el apoyo de la Máquina de coser, procede a unir las partes correspondientes. Luego del proceso de cosido se inicia la eliminación de la entretela. Hasta acá el trabajo de modelado y guarnición a cargo de Don José (véase figura 4-24) el trabajo que viene a continuación se lleva a cabo por fuera del taller de Don José, quien tendrá la responsabilidad a continuación será uno de los satélites de la organización, el responsable tendrá que dar cuenta del proceso de soladura -colocar la suela y tacón del zapato- y finicion -acabado final-. Todo tipo de intervención va quedando registrada en la orden de trabajo.

Figura 4-24: Trabajo finalizado de Don José.



Fuente: Propia.

4.1.4 Del oficio a la maestría

Con la naturaleza de las herramientas de corte, quiero reparar un poco en algunas acciones que, a mi modo de ver, son fundacionales para caracterizar al maestro. **Primero** consiste en dominar con autoridad el uso de la herramienta, como lo dice Sennet (2009: 239) independiente que no sean lo suficientemente buenas o que su empleo sea difícil de imaginar. Un ejemplo, lo comparte Don José cuando explica la manera adecuada de interactuar con la cuchilla, la experiencia de uso es una traducción del aprendizaje con el paso del tiempo un conocimiento de postura, apoyos, presión, a partir del reconocimiento del material a trabajar. (véase figura 4-25)

Que este dedo que es como el corazón, coja la cuchilla, la toque... la gente al principio le da miedo porque como es tan filoso, le da miedo, no, no hay que darle miedo. Esta parte va aquí, este dedo que es el índice va como apoyando el lomo y éste cierra, hace el cierre entre el corazón y el pulgar, hacen como el cierre ahí y éste apoya. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-25: Gesto de Uso en las manos de Don José.



Fuente: Propia.

Entonces uno lo coge de esa forma así firme, si uno no lo coge firme ¿qué pasa? Le... cómo le digo, es temerario, se le suelta la cuchilla y al soltársele lo corta, eso es lo que pasa, entonces uno lo coge así, firme, y mira... el corte es inmediatamente, vea. Sin necesidad de temblar ni de hacerle mucha fuerza porque el

cuchillo ya está muy bien afilado, la cuestión está en cogerlo, saberlo coger; que no le de miedo cogerlo, ni tocar la cuchilla, porque la cuchilla aquí de costado no le va a hacer nada, lo que trabaja es el filo, y allá mira como corta de bueno, mira, dándole figuras, lo que sea. Ésa es la situación. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-26: Gestos de Uso detallado en las manos de Don José.



Fuente: Propia.

Segundo aquella capacidad de recontextualizar la naturaleza de función o de uso de una herramienta, esto implica una (trans)acción, que Sennet (2009: 160), identifica como una metamorfosis que traduce en un 'cambio de dominio', 'con esta fórmula se hace alusión al hecho de utilizar una herramienta con una finalidad diferente a la que tuvo en primer momento, o que la orientación principal de una práctica se aplique a una actividad completamente distinta. Las formas-tipo se desarrollan –por así decirlo- en un territorio determinado; los cambios de dominio atraviesan los límites de ese territorio'. El reto de uso aumenta cuando nos vemos obligados a emplear estas herramientas para reparar o deshacer errores. Tanto en la fabricación como en la reparación, es posible superar el desafío adaptando la forma de la herramienta, o bien improvisando con ella tal como es, utilizándola según maneras para las cuales no fue ideada. (239). Siguiendo con el ejemplo de las cuchillas, aunque venden unos cuchillos de corte de cuero, Don José prefiere 'hacerse' su propia cuchilla a partir del residuo de una máquina industrial de corte.

La hoja la venden, pero, entonces la venden, a veces pre afilada, pero la mayoría de las veces no viene... viene solamente pre afilada, marcado el filo (...) Yo le hago la tablita, para que se sostenga, venden sólo la hoja... Véase Figura 4-27. Esas hojas, las que nosotros conocemos como buenas hojas para trabajar esto, para trabajar las cuchillas de calzado, son las que trabajan las cortadoras de tela, unas máquinas que afilan así (gesto vertical), son eléctricas y cortan arrumes así de tela y va corriendo así. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-27: Explicación de la herramienta de Corte.



Fuente: Propia.

Cuando ya se desgastan, ellas llegan un momento que se desgastan, entonces nos las venden a nosotros, pero ya tenemos, ya hay un señor que las vende nuevecitas, nuevas, sin usar, mejor todavía porque uno las coge y las arregla, por acá tengo una mire... ésta está nueva. Hasta ahora mire, sí ve ésta ni siquiera tiene punta como ésta... Ellas vienen aquí cuadradas, entonces uno que hace, les va... a punta de irla afilando... ésta es nueva. (Véase Figura 4-28). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-28: La herramienta de Corte.

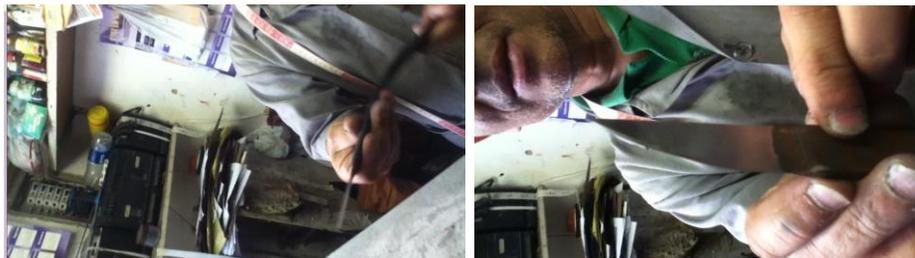


Fuente: Propia.

La **tercera** acción está relacionada con la capacidad de mantener ajustadas sus herramientas. El ajuste tiene que ver con el mantenimiento para su adecuada función. Para el caso de las cuchillas el afilado constante es primordial.

Bueno, la cuestión con la cuchilla... de primera la afilada, ¿no? El sistema de afilar el cuchillo es como que la hoja se sostenga, digamos un filo pero que sea permanente y bien eficiente, un filo bien... bien como, valga la redundancia, bien filoso. O sea que apunta de irla afilando acá... Le saco aquí bien puntuda como ésta... este tope se le pierde. Entonces yo le pongo esto y ahí coge consistencia. (Véase Figura 4-29). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-29: La herramienta de Corte.



Fuente: Propia.

Entonces la cuestión es que uno la afila plano, por un lado, que aquí se nota y, por el otro lado el filito bien marcado, mire. Ahí se nota también, ¿sí ve? Entonces eso hace que el filo se sostenga y uno siempre afila lo mismo entonces por este lado afila uno así, acostadita la cuchilla, y por este lado paradita, así, y la secuencia así lentamente sería ésta. Aquí acostadita así y aquí paradita. Entonces uno, así ligero, la hace es así, vea. Ahí, así, ésa es la cosa. (véase Figura 4-30). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-30: Afilado de la herramienta de Corte.



Fuente: Propia.

Debido al riesgo de corte Don José recomienda una manera muy particular de uso.

Entonces para trabajarla yo le, pues yo recomiendo, que la cuchilla la coja uno así, haga de cuenta, como si está manejando un lápiz o un lapicero. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-31: Muestra de Corte de la herramienta.



Fuente: Propia.

Figura 4-31. Pero el uso de esta cuchilla es muy temerario, porque la cuchilla es... temerario en el sentido de que si no se trabaja bien es muy muy peligroso porque tiene un filo tremendo, esto prácticamente, ahí sí como se dice: corta pelos en el aire, mira. Entonces le coge... yo tengo mira, en mis comienzos mira acá, cualquier pasadita eso se le va hasta el hueso...Hasta el hueso... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Ante la pregunta ¿Cómo sabe que una herramienta se ha desgastado, que tiene que cambiarla don José? Él utiliza las tijeras para explicar.

Figura 4-32: Las tijeras.



Fuente: Propia.

*En la tijera, en la **tijera** es fácil porque por ejemplo esta tijera era larga, como hasta por acá (mostrando mucha más longitud que la actual y perdida por el proceso de afilado). (Véase Figura 4-32) ... y entonces yo la voy afilando, yo mismo la afilo. La tijera trae el filo marcado, yo la afilo, a medida que la voy afilando la tijera naturalmente se va abriendo así. (Véase Figura 4-33). (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)*

Figura 4-33: Las tijeras y la explicación de afilado y uso.



Fuente: Propia.

... para que no se abra así entonces yo tengo ya mi maña... yo le tumbo acá y le tumbo acá y ella cierra... Y se va cortando... Al hacer eso se va cortando y llega un momento en que ya se... ya uno sabe que... Ya no da más... Y la cambia... eso es; en las cuchillas pues es mucho más fácil porque uno se da cuenta, a veces salen de mal material entonces uno se cansa de afilarlas y no cortan lo suficiente, uno se da cuenta de eso y la cambia también... Porque es como todo, los materiales a veces vienen excelentes otras veces las aleaciones cambian y cosas así, las aleaciones con que hacen esto... Cambian y pues, algunas salen buenas y otras no tanto, entonces uno las cambia... Eso es toda la situación. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Una **cuarta** acción recae ante las respuestas que se obtienen frente a la inquietud ¿qué quieren ser los materiales? Lograr traducir formalmente y de manera adecuada lo que el material ‘puede’, implica no sólo un reconocimiento de sus propiedades físico-mecánicas - desde la perspectiva tecnológica-, sino de sus características sintáctico – semánticas - desde la perspectiva estética- además de tener en consideración los requerimientos de diseño del usuario, -desde la perspectiva de la Drag-. Es Don José como productor quien debe integrar simétricamente estos aspectos y potenciarlos mediante el uso de sus herramientas, directamente en el taller. Sennet (2009: 158) en este sentido plantea que los materiales, muestran maneras completamente diferentes en las que sus productores podían orientar la metamorfosis de su oficio. Las metamorfosis pueden ocurrir ordenadamente, ante todo, a través de la evolución de una forma-tipo: Una “forma tipo” es

la expresión que se utiliza en tecnología para una categoría genérica de objeto; el cambio se produce mediante la elaboración de su especie. Debido a las limitaciones mecánicas del cuero -sobre todo cuando el calibre o el grosor no es demasiado- el material tiende a deformarse, tiende a cederse, con sus efectos secundarios en el zapato, para que no ocurra esto tradicionalmente los productores -Don José también- utilizan la técnica, que deriva en una 'forma tipo' de doblar el cuero para reforzar el material; para doblarlo es necesario primero desbastarlo -como se registró con anterioridad- para luego aplicar algún tipo de pegamento y proceder a unir las partes, golpeando el material con el martillo sobre la plancha de golpeo. La 'forma tipo' se consolida en este caso, ya que de paso soluciona el problema de la resistencia mecánica al tiempo de brindar un acabado muy bueno en el borde del material, ya que al estar doblado no se muestra su filo natural, sino el acabado predominante del cuero. Sennet (2009: 159) plantea un segundo tipo de metamorfosis debida al productor directamente, cuando se unen dos o más elementos disimiles, como en la combinación de tecnología. En este caso el productor tiene que decidir conscientemente si la combinación dará mejor resultado como compuesto, en el cual el todo se vuelve distinto de las partes, o como mezcla, en la que las partes coexisten como elementos independientes. En el proceso de guarnición Don José, tiene que unir las piezas que patrono con anterioridad, para reforzar la unión -y que quede con igual resistencia que el resto del material- utiliza el **cambre**, como un material no natural, una especie de tela no tejida, que tiene unas excelentes prestaciones mecánicas para trabajar grandes esfuerzos a tracción, a pesar de ser flexible y quedar oculto. Es un excelente ejemplo de la manera como Don José hibridiza el material, combinándolo con otros que le aportan valor de estabilidad estructural al cuero. (véase figura 4-34)

Figura 4-34: Don José y la explicación del cambre o refuerzo.



Fuente: Propia.

Un refuercito sí, para que la costura no... cuando tiemplan la costura no se vaya.

Aja. ¿Y qué material es ése?

Este es un material que nosotros le llamamos cambre. Es una especie de tela no tejida, que ni es sintético, no es natural... es como, le llaman tela no tejida las personas, pero yo no sé, eso es como un material raro.

(Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-35: El material Cambre o refuerzo.



Fuente: Propia.

Figura 4-35. *Sí porque tampoco es papel, eso tiene una resistencia muy buena. Pero sintético, como lo que nosotros llamamos sintético, plástico, no es. Debe ser sintético, pero de otra forma, además la textura que tiene no es de sintético. Sí, pero es un material muy versátil con eso uno puede hacer muchas cosas, se deja trabajar...*

*Se deja cortar muy bien... Con eso hago mire, este de acá, que está en este color, pero es el mismo. Con eso saco moldes, con eso hago refuerzos, con eso entretelo, inclusive. Hago entretelas, muchas, muchas cosas... un material muy bueno, me parece supremamente bueno. Y a partir de que lo trabajo, me parece buenísimo. A partir como que lo **descubrí**, no es que lo haya descubierto sino **lo descubrí para mi trabajo**.*
(Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Él utiliza la palabra descubrir, y después se corrige, no es que lo haya descubierto, sino que 'lo descubrió para su trabajo'. Para él descubrir es encontrar una solución a un problema de él. Son descubrimientos situados, son revelaciones, manifestaciones espontaneas -epifanías- en últimas sinapsis, que requieren de *disposición* del productor para poder interpretarlas, muchas veces el proceso de disposición – interpretación implica un tiempo de maduración extenso. Ya Woolgar (1991: 89) lo identificaba como “un proceso consistente en planificar, anticipar, solicitar apoyo y obtener la aprobación institucional con respecto a una definición o afirmación”. Woolgar se refiere al objeto descubierto como a un hecho. Dice que una cosa (en latín res) es verdadera cuando resista todos nuestros esfuerzos por superarla o deconstruirla. El grado de resistencia es un reflejo directo del trabajo invertido en el desarrollo de un extenso y complejo proceso social de definición.

(91)

“En nuestros intentos por comprender la base social del descubrimiento no podemos presuponer el carácter del objeto descubierto; el hecho de un objeto descubierto y su carácter son el logro de las afirmaciones del descubridor (y/o de otros) y de su trabajo de definición”. (Woolgar 1991, 92)

4.2 La Maestría

Si de manera constante los descubrimientos no solamente para Don José, sino para su trabajo se manifiestan, en algún sentido se constituye una manera fundacional de *originalidad* como marca de un espacio y de una época; como lo expresa Sennet (2009: 93) la originalidad “denota la súbita aparición de algo donde antes no había nada, porque algo adviene súbitamente a la existencia, despierta en nosotros emociones de asombro y

veneración”. La originalidad tenía un precio. La originalidad podía crear nuevos tipos de dependencia social y, en verdad, de humillación. Fue la situación crítica, que tuvo que superar calzado Jhorbam al pasar a denominarse calzado Yara Aristizábal, todo el acervo de conocimientos y experticias acumulado a lo largo de poco más de 30 años estaba en peligro de perderse. Aunque la transición fue dramática, la estrategia de cambio de rol – de empleado a satélite- de los antiguos productores fue adecuada, ya que perfeccionó para la organización el modelo de producción esto junto a la contratación como empleado de planta, por la época a Don José, ajustó el modelo que hoy en día se sigue manteniendo. La transferencia de conocimiento no fue tan compleja, ya que buena parte de los antiguos empleados siguieron con el nuevo modelo, pero, sobre todo el rol que ejerce Yara Aristizábal es fundamental para mantener una atmósfera de conocimiento adecuada, a pesar de las crisis. Si no hubiera sido por su conocimiento y sus decisiones la organización no hubiese sido viable, ya que como lo resalta Sennet (2009: 97) “la originalidad del maestro la impedía. Esta dificultad persiste, tanto en los laboratorios científicos como en los estudios de los artistas”. La dificultad de la transferencia de conocimiento plantea un interrogante acerca de ¿por qué es tan difícil, porqué el saber tiende a convertirse en un secreto personal?

La maestría se consagra a partir de cada una de las acciones y el discurso de Don José, revelando activamente, como dice Arendt (1993: 203), “su única y personal identidad y haciendo su aparición en el mundo humano, mientras que su identidad física se presenta bajo la forma única del cuerpo y el sonido de la voz, sin necesidad de ninguna actividad propia. Con la palabra y el acto nos insertamos en el mundo humano, y esta inserción es como un segundo nacimiento”. A dicha inserción no nos obliga la necesidad como lo hace la labor, ni nos impulsa la utilidad como es el caso del trabajo. “La Acción puede estimularse por la presencia de otros cuya compañía deseamos, pero nunca está condicionado por ellos; su impulso surge del comienzo que se adentró en el mundo cuando nacimos y al que respondemos comenzando algo nuevo por nuestra propia iniciativa”. (201). La maestría se instala en el oficiente - trabajador, a partir de la *labor* que no sólo asegura la supervivencia individual el gusto por el oficio, sino de la responsabilidad y la autoridad del *trabajo* del productor y su producto artificial (zapatos Drag Queen) concediendo “una medida de permanencia y durabilidad a la futilidad de la vida mortal y al efímero carácter del tiempo humano. La acción hasta donde se compromete en establecer y preservar los cuerpos políticos crea la condición para el recuerdo, esto es, para la historia”. (21). Aunque las

historias son los resultados inevitables de la acción, no es el agente, sino el narrador, el espectador, quien capta y relata la historia. De este modo, el sentido de la acción sólo se revelaría a los demás o siempre retrospectivamente. Lo que el narrador cuente ha de estar necesariamente oculto para el propio agente, al menos mientras éste realiza el acto o se halla atrapado en sus consecuencias, ya que para él o para ella la significación de su acto no está en la historia que sigue. Todos somos agentes, actores, pero no dueños autores de los virtuales sentidos de nuestras acciones. (24). A la vez, la maestría implica una lectura desde la creatividad, pero no es la creatividad en abstracto. Más bien es la creatividad situada, encarnada en Don José y toda su red. Se comprende lo situado, cuando se baja y se localiza, la creatividad, en unas personas en particular, en sus prácticas, en su hacer, en sus movimientos, en sus artefactos, en todos sus elementos y en la inquietud que se derivan de sus actos y sus posibles derivaciones históricas. Tiene que ver la creatividad, con la condición humana del productor y sus posibles 'segundos nacimientos' o nuevos despertares, se constituye una condición de orden *sublime*, en apariencia difícil de abordar, pero que Sennet (2009: 257) procura desdoblar a partir de lo que reconoce como *salto intuitivo*, mediante el reconocimiento de cuatro aspectos no necesariamente lineales, él brinda claridad en cuanto a de qué manera se puede hacer explícito no solo el conocimiento tácito sino hacer explícito lo ordinario. Los trabajos que a diario tiene que resolver Don José, sus prácticas específicas preparan el terreno en el cual se puede tropezar. La intuición comienza con la sensación de que algo que aún no es podría llegar a ser. La *sensación de posibilidad* se basa en un sentimiento de frustración producido por las limitaciones de una herramienta o por la falta de comprobación de sus posibilidades. Es el caso referido cuando Don José comprende la necesidad de utilizar otros elementos de corte, seguramente porque aquellas cuchillas comerciales no garantizaban una calidad de corte adecuado a sus exigencias, aunado al problema que tampoco mantenía el filo de manera aceptable; esto derivó en que él posibilitó mediante las hojas de desecho industrial una cuchilla adecuada a sus requerimientos. El siguiente aspecto, lo denomina Sennet (2009: 258), la "contigüidad estabilizadora sucede cuando dos dominios diferentes tienen vecindad". Se evidencia cuando Don José reconociendo las limitaciones del cuero decide integrar otro material -el cambre- cuyas propiedades físico – mecánicas mejoran ostensiblemente el rendimiento del cuero con la ventaja extra, que el cambre queda invisible. El siguiente aspecto se relaciona con la *contingencia sorpresiva*, ya que, aunque se esté preparado para ello, nunca se sabe de antemano cómo se interpretará la comparación. En esta etapa se debe sacar a la luz de la conciencia el

conocimiento tácito para realizar la comparación con la esperanza de sorprenderse de asombrarse, sino hay asombro quiere decir que todavía lo identificado está en los parámetros del sentido común o paradigma establecido. El asombro debe estar en los términos planteado por Walter Benjamin (1982) cuando se refería al *aura* “bañado en su propia luz” para describir el asombro de que la cosa exista o como lo aborda Sennet (2009: 259) citando a Platón “todo lo que pasa de no ser al ser es una *poiesis*, un motivo de asombro”. El último aspecto se relaciona con el respeto de ciertas leyes o principios naturales, para nuestro caso instaladas en las herramientas o en el material, en cierta medida hay que reconocer ciertas fronteras que no se pueden transgredir. Si no tenemos en consideración dichas límites naturales, la herramienta se puede romper o peor aún puede lesionar físicamente al productor, del lado del material este requiere de una traducción adecuada de lo que ‘quiere y puede ser’ transgredir dichos límites posibilita nuevamente rupturas o en últimas afectaciones de orden estético. Dice Sennet (2009: 260) frente a este último punto que el salto intuitivo ‘no debe desafiar la gravedad’. Lo intuitivo, está emparentado con una capacidad de los seres humanos, en cuanto poder construir atajos, la intuición está directamente relacionada con la experiencia, de tal manera que a mayor experiencia se esperaría mayor índice de intuición.

4.2.1 La maestría como Diseño

Existen elementos del diseño que pueden ser recogidos por la maestría, por ejemplo, para Bauman (2005: 34) “los diseños se requieren porque está a punto de crearse algo nuevo; se va a cambiar algo existente, ya presenté ahí afuera, en el mundo tal cual es. Y así como no se sabe si algo es bueno hasta que se prueba, el conocimiento se aprueba a sí mismo cambiando el mundo. Lo nuevo no puede nacer a menos que se deseche, se tire o se destruya algo. Lo nuevo se crea al hilo de la disociación meticulosa y despiadada entre el producto final y todo cuanto se interpone en el camino que conduce hasta él”. (35). Continuando con Bauman, el diseño ‘tiene sentido’, en la medida en que, en el mundo existente, no todo es como debería ser, planteando de entrada un tipo de contingencia, de inconformidad. Y, lo que es aún más importante, hace valer sus méritos si ese mundo no es lo que podría ser, considerando los medios disponibles o esperados de hacer las cosas diferentes. La meta del diseño consiste en dibujar más espacio para ‘lo bueno’ y menos espacio, o ninguno, para ‘lo malo’. Es lo bueno lo que convierte a lo malo en lo que es: malo. ‘Lo malo’ es el residuo del perfeccionamiento. Abandonado a su suerte, no iluminado por los focos del cuento y antes de la primera sesión de montaje con los diseñadores, el

mundo no es ni ordenado ni caótico, ni limpio ni sucio. (44). El diseño humano es lo que hace aparecer el desorden junto con la visión del orden, la suciedad junto con el proyecto de pureza. El pensamiento recorta primero la imagen del mundo, de suerte que puede recortarse el propio mundo justo a continuación. Una vez recortada la imagen, el recorte del mundo (el deseo de recortarlo, el esfuerzo por recortarlo, si bien no necesariamente la consumación de la hazaña del recorte) es una conclusión inevitable. El mundo es manejable y demanda ser manejado en tanto en cuanto se ha rehecho a la medida de la comprensión humana. (33). Los diseños están plagados de riesgos; en el transcurso de la modernidad una parte cada vez mayor del celo del diseñador y de los esfuerzos invertidos en la realización de diseños venía alentada por el anhelo de desintoxicar, neutralizar o quitar de la vista los ‘daños colaterales’ causados por los diseños del pasado. El diseño deviene su propia causa suprema; el diseño es, al fin y a la postre, un proceso que se perpetua a sí mismo. Es también un empeño intrínsecamente derrochador. Sin ningún diseño puede seguir al pie de la letra el rumbo previsto, ni puede evitar afectar, de manera impredecible y con frecuencia poco grata, aspectos de la realidad pasados por alto o ignorados de forma deliberada, entonces sólo el diseño excesivo, un excedente de diseños, puede salvar el proceso de diseño en su conjunto, compensando la inevitable falibilidad de cada una de sus partes y fases. Un diseño a toda prueba, a prueba de riesgo, es prácticamente una contradicción en sus términos. (39). El diseño implica anticipación, implica cierto tipo de planeación. Así las cosas, tal y como lo refiere Simon (1998), “el diseño se ocupa de cómo deberían ser las cosas, de idear artefactos para conseguir unos fines”. (69). Diseña “todo aquel que concibe unos actos destinados a transformar situaciones existentes en otras, más dentro de sus preferencias. La actividad intelectual que produce artefactos materiales no es fundamentalmente diferente de la que receta medicamentos para un paciente enfermo ni de la que imagina un nuevo plan de ventas para una compañía o una política de mejoras sociales para un estado. El diseño, interpretado de ese modo, constituye la esencia de toda preparación profesional, es la marca distintiva que separa las profesiones de las ciencias”. (67). Para que se vea como ‘realista’, como susceptible de implementación, el diseño necesita simplificar la complejidad del mundo. El diseño para Bauman (2005) debe

“diferenciar lo ‘relevante’ de lo ‘irrelevante’, filtrar los fragmentos manejables de la realidad separándolos de esas partes resistentes a la manipulación, y centrarse en los objetivos que se tornan ‘razonables’ y ‘dentro de nuestras posibilidades’, merced a medios y habilidades actualmente disponibles, complementados por los medios y habilidades que se confía adquirir pronto. Entre ellos, todas las condiciones enumeradas requieren, para su satisfacción, dejar muchas cosas de lado, fuera de la vista, fuera del pensamiento y fuera de la acción. Requieren asimismo que cualquier cosa que

se haya excluido se convierta de manera inmediata en el residuo del proceso de diseño. La estrategia subyacente y el efecto ineludible del diseño es la división de los resultados materiales de la acción en 'lo que cuenta' y 'lo que no cuenta', en 'producto útil' y 'residuos'". (Bauman, *Vidas desperdiciadas: la modernidad y sus parias*. 2005, 40)

Bachelard (1994: 15) relaciona el diseño, con una región epistemológica en donde lo abstracto se transforma en concreto. Sobre cuatro pilares consolida el carácter del diseño: espacio de reflexión epistémica, un problema cuyo inicio está en plena incertidumbre, una llegada o un final en donde se ha logrado identificar alguna solución al problema, y por último un recorrido. Estos cuatro pilares son tan amplios que su aplicación podría llevarse a cabo en diversas disciplinas, razón por lo cual concentro el interés en quien realiza el recorrido sino en la naturaleza del recorrido, allí se encuentran acentos sustanciales que van a consolidar la diferencia de abordaje, de toma de decisión, de estrategias con respecto a las ciencias. Cuando se habla de diseño y de los problemas que aborda el diseño, estos se asocian a una condición de 'débilmente estructurados', o sea problemas cuya información no es completa, que dificultan la consolidación inicial de una estructura de problema adecuada, más bien su estructura será de orden 'difuso' a lo cual se relacionan aspectos que se encuentran 'a la deriva', para consolidar algún tipo de respuesta, pero sobre todo para representarla acorde a los requerimientos de los usuarios, negociada también con la capacidad instalada de la organización. Detallando aún más ese tránsito se han de vislumbrar aspectos tales como: estructuras flexibles del problema; análisis de la situación problemática; tomas de decisión situadas a partir del entorno -para el caso de Don José su entorno entre otros estará conformado por las drags, Yara Aristizábal, otros empleados, el taller, las herramientas, los diversos materiales-; capacidad de plantear 'rutas críticas' de abordaje; capacidad de representar -de diferentes maneras- alternativas de solución. Mediante la práctica no solo se fortalece el oficio y la destreza del trabajo sino la actitud de Don José, a tal punto, que seguramente en sus inicios él demoraba lo suficiente para consolidar cada toma de decisión pertinente al problema a resolver, además para ir solventando sus inseguridades. En otras palabras, hay una revelación del productor mediante la acción, o sea no sólo el problema va cambiando, sino que la naturaleza del productor cambia con el paso del tiempo, hay un fortalecimiento tanto de su *actitud* y sus *aptitudes*, la capacidad de relación se multiplica, de tal manera que, frente a un problema determinado, a ojos de otros, su respuesta es casi inmediata y así dude no lo externaliza. Hay otra manera de ejemplificar lo interno y lo externo, en términos de diseño, lo plantea Simon (1988: 70), el 'medio interno' del problema del diseño está representado por un conjunto de unas alternativas de una acción. Las alternativas pueden

darse inextenso: lo más corriente es que se especifiquen según variables de mando, con dominios definidos. El 'medio externo' está representado por un conjunto de parámetros que, o bien pueden conocerse con certeza, o bien según una distribución de la probabilidad. Los objetivos para la adaptación del medio interno al externo se definen por una función de utilidad – una función, generalmente escalonada, de las variables de mando y parámetros de ambiente – tal vez suplementada por un número de compulsiones (desigualdades, podríamos decir, entre las funciones de las variables de mando y los parámetros del ambiente). El problema de optimización consiste en encontrar un conjunto admisible de valores de las variables de mando, compatible con las compulsiones, que maximizan la función de utilidad para los valores dados de los parámetros ambientales. Las compulsiones caracterizan el medio interno; los parámetros caracterizan el medio externo. El dominio entre lo interno y lo externo da cuenta de la maestría, pero al mismo tiempo en términos de intuición. La intuición y el salto intuitivo planteado por Sennet (2009), es otra manera de ver el trabajo del productor, en términos de proyecto y de diseño.

4.2.2 Un ejemplo de maestría como representación

En alguna ocasión, después de acompañar a Don José un par de tardes continuas, me sorprendía las maneras como resolvía el problema de registro de datos y posteriormente la representación bidimensional de cada uno de los contornos de cada pie – pierna de los usuarios. En últimas yo comprendía la complejidad del trabajo que él estaba resolviendo, problema relacionado con el salto de la representación bidimensional a la tridimensional. Cuando le manifestaba mi asombro a mi directora Olga Restrepo de cómo él, resolvía un problema de espacialidad y más aún de salto de espacialidad –bi/tri-, sin conocer los fundamentos de una asignatura *geometría descriptiva*, asignatura clásica de los programas de diseño e ingeniería. Mi directora Olga Restrepo me hacía caer en cuenta que debido a las estructuras de las lógicas Don José tenía su 'manera particular' de resolver sus problemas, con los recursos que dispone a la mano, pero sobre todo con todo el potencial de conocimiento que tiene arraigado. Las respuestas construidas a partir de la maestría implican el desdoblamiento del oficio en términos de gusto, responsabilidad y autoridad, al tiempo que (re)para en aspectos de la condición humana del productor en términos de labor y trabajo, ya Sennet (2009: 276) se refería en otro sustrato, a la naturaleza de las respuestas construidas a partir de la *sencillez* como constituyente de la artesanía, pero a la vez del uso de la complejidad como herramienta de diseño para contrarrestar la

neutralidad. Cuando se profundiza sobre la resolución de un problema, en términos de Simon (1998: 78) “significa sencillamente representarlo de forma que quede transparentada la solución”. Dicha transparencia se instala en la relación *sencillez – complejidad y transparencia* serán entonces características de la solución de un problema en Diseño, si a esto sumamos el componente de *resistencia* y la *flexibilidad* desarrollado por Sennet (2009: 272), cuando discute sobre las “habilidades para trabajar bien con la resistencia son las de reconfigurar el problema, en otros términos, readaptar la conducta propia si el problema se prolonga más de lo esperado e identificarse con el elemento del problema que menos resistencia ofrezca”. La manera como Don José representa da cuenta de cómo él concibe el espacio y de qué manera lo va estructurando, lo va controlando, es proceso continuo de negociación entre la representación bidimensional y la materialización tridimensional, ya Simon (1998: 78) adelantaba cuando exaltaba la importancia de la representación espacial en el diseño.

“Como sea que una gran parte del diseño, y más específicamente el diseño en el campo de la arquitectura y la ingeniería, se ocupa de los objetos o de la disposición en un auténtico espacio euclidiano bi – tridimensional, la representación del espacio deberá constituir necesariamente una cuestión básica en la ciencia del diseño”. (Simon 1988, 78)

Para la muestra un botón. A continuación, comparto la manera como Don José concibe el espacio y como lo va negociando y de paso como va dejando evidencia de representación gráfica. Esto sucede cuando él procura explicitar detalladamente la manera cómo modela, a partir de las dimensiones tomadas con anterioridad, es interesante prestar atención a la naturaleza de las herramientas básicas sobre las cuales constituye su trabajo. (Véanse de corrido figuras 4-36, 4-37, 4-38 y 4-39)

Figura 4-36: Explicación del trazado.



Fuente: Propia.

Para esto mire, por ejemplo, acá tengo un patrón listo para sacar una bota larguísima, mírelo, este patrón, aquí como se puede ver, aquí está formada la pierna de la persona a la que voy a sacar la bota y estas son las medidas, entonces yo tomo medidas cercanas para que la medida no se me pierda... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-37: Explicación de trazado.



Fuente: Propia.

... le marco puntos en cada acá, si lo puede notar mire, entre ésta y ésta mire el punto, entre ésta y ésta mire el punto...
 ¿Y ahí está la distancia? El punto... claro mire, éste dice 28, como es doble debe tener, más o menos 14, ahí están marcados, y aquí están los punticos... éste por decir algo que es, saltémonos a éste, mira el punto y el punto, tiene 37 entonces acá 18 y 18 36 y uno más que marca el medio son 37, ahí están. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-38: Explicación de trazado.



Fuente: Propia.

Samuel: ¿Éste es un zapato especial?
 Don José: Una bota larga, larga, hasta acá... (señalando la rodilla)
 Don José: Por encima de la rodilla. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Por encima de la rodilla, sí señor. Eso, para eso, entonces yo lo que hago es que le saco la copia a la horma, que es ésta, y después de que la tengo ahí, mire, lo primero que hago es marco sobre esta... aquí le marqué dos veces porque llevaba una plataforma, entonces acá le marco con la regla acá, le marco dos veces y a partir de ahí me le voy para arriba con éste mire ¿sí ve? Por toda la pierna... (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

Figura 4-39: Explicación de trazado.



Fuente: Propia.

Hasta allá arriba lo que me dé y entonces ya con las medidas me voy basando... eso es la labor de esta regla. (Don-José, Entrevista 24-mayo 2016)

La creatividad se consolida entorno a Don José, a partir del reconocimiento de su desempeño como productor de los Zapatos Drag Queen. No pretendo banalizar la creatividad situándome y discutiendo la cotidianidad y las microacciones del productor al interior de su taller, más bien, el interés es comprender la creatividad de manera relacionada con otros dominios del conocimiento, otras lógicas de organización, de acción, de resolución de problemas, al mismo tiempo que se resalta la importancia de la capacidad *intuitiva*, junto a la capacidad de *relacionar* situaciones disimiles. La **creatividad** debe ser comprendida de manera **situada**, es cuestión de **saber**, pero al mismo tiempo de **actitud**, pero requiere del potencial **aptitudinal** para ser representada y mostrada al mundo.

5. *La Creatividad Performativa*

Observo cuando Zaza-Drag calza sus zapatos soy testigo de su metamorfosis, deja de ser el hombre formal, el gerente tradicional. Su transformación me evoca una performance: cambia su forma de hablar, su manera de caminar. Los gestos, los ademanes, sus desplazamientos que van desde la sutilidad en algunos casos, hasta la exageración en otros acompañan siempre sus palabras, lo tornan diferente, y él lo sabe, cuando se transforma en ella. Zaza-Drag está dichosa con sus Zapatos Drag Queen. La imagino con los Zapatos Drag Queen, su vestuario, su maquillaje y, como su corporalidad, sus gestos revelan al mundo, buena parte de lo que es internamente, en otras palabras, su mundo. Pero al mismo tiempo, me asaltan inquietudes acerca de la naturaleza de ese mundo, su condición humana y el porqué de la apariencia de sus zapatos Drag Queen.

5.1 Entre lo Público y Privado

La exuberancia no sólo formal-estética, sino funcional de los zapatos Drag Queen, es notable y es una constante tanto en la esfera de lo público como de lo privado, entre un mundo real y uno idealizado. El abordaje de lo público y lo privado se realiza a partir de cierto tipo de figura de *hibridación* empleada por Grossberg (2003: 155) para describir tres imágenes de posibles existencias fronterizas de identidades, las imágenes: *entremedio*, *liminalidad* y de *intermediariedad*. Las imágenes de un tercer espacio ven las identidades subalternas (drags / Zaza-Drag) como terceros términos únicos que definen literalmente un lugar *entremedio* habitado, experimentado y explicado ya sea o en lo público o en lo privado. Las imágenes de la *liminalidad* disuelven la geografía del tercer espacio en la frontera misma; el subalterno vive, por decirlo así, en la frontera. Estrechamente relacionada con estas dos figuras de la hibridez está la del 'cruce de fronteras' marca de una imagen de *intermediariedad* que no construye un lugar o condición propios al margen de la movilidad, la incertidumbre y la multiplicidad del hecho mismo de cruzar constantemente las fronteras. Zaza-Drag o su comunidad Drag, pueden asumir roles identitarios que los instalen en cada una de las imágenes hibridadas, esto se logra de manera diacrónica, dependiendo de la esfera en la que está y en la que se quiere ubicar: ya sea pública o privada. El tercer espacio planteado en las imágenes *entremedio* y la *liminalidad* equivalen a identidades situadas, referidas y direccionadas ya sea entre lo público o lo privado, o de frontera entre las dos; las imágenes de la *intermediariedad*, nos

da apertura a un umbral de tránsito, a cierto tipo de hibridación entre las esferas: pública y privada. Transitar de lo privado a lo público, implica una actitud transgresora, una actitud a la que no le importen las fronteras, acorde a Gardner (2011: 89) “los artistas, diseñadores, científicos, ingenieros contemporáneos quieren crear cosas, ponerlas a prueba, jugar con ellas; no les preocupan las fronteras, ni siquiera se molestan en especificar el ‘comportamiento’ al que pertenecen sus creaciones”. Las divisiones entre disciplinas, artes, profesiones, entre lo real y lo virtual, o lo digital y lo analógico, se funden más rápidamente que las capas de hielo polar. Las líneas divisorias entre el arte y la ciencia, lo real y lo virtual, lo individual y lo colectivo, la naturaleza y la cultura se cuestionarán hasta tal punto que las delimitaciones anteriores se considerarán anacrónicas. (94). La experiencia de uso de los zapatos Drag Queen posibilita que Zaza-Drag construya y constituya una actitud retadora, transgresora.

Si los zapatos estuvieran siempre en la esfera de lo público seguramente, no trascenderían los paradigmas tradicionales o conservadores que direccionan cómo deben de ser los zapatos, para un hombre y para mujer. Los zapatos responderían a aspectos de orden sociocultural, pero al mismo tiempo responderían a aspectos de producción industrial, en la que la serialización (taylorización) de los zapatos, marcaría la pauta. Pensando los zapatos como objeto, retomo las reflexiones de Gadamer (1991: 63), acerca del objeto como constructo político - económico - industrial “el objeto es la herramienta de realización de voluntades del ser y es una de las formas del mito industrial –para toda receta su plato, para todo trayecto un medio de transporte, para cada música su cadena de alta fidelidad, para cada compositor su instrumento, para cada enfermedad un remedio- Para actuar en esta sociedad se necesitan herramientas, objetos. La sociedad fabrica, entonces, los objetos –esa es su significación- y estudia el conjunto de deseos reales o potenciales de un “público blanco” que es coextensivo a ella misma en un mercadeo ilimitado que persigue como meta una adecuación siempre más perfecta entre los deseos imaginables de todos, o de algunos, y la fabricación, el surtido ir a ostentación de los productos”. Para fortuna de esta investigación, el ámbito de lo privado provee la atmósfera adecuada para la aparición de los Zapatos Drag Queen. A ojos de lo público, los Zapatos Drag Queen están asociados a un aura de misterio, pero al mismo tiempo de contradicción: el primer carácter origina que sean rechazados por ser considerados como objeto de fetiche o de culto, el segundo carácter se asocia con la relación de los zapatos Drag Queen con una baja funcionalidad a la hora de desplazarse, incomodidad traducida en bajos niveles de confort, y

seguramente la que más pesa en términos de pregunta ¿qué hace un hombre en unos zapatos que parecen de mujer? Es el caso que experimenta Zaza-Drag o Zaza Valery-Drag un hombre de mediana edad que se mueve con un carácter muy especial, en el mundo Drag.

Mi nombre artístico es Zaza Drag o Zaza tengo edad 35 años, soy un personaje muy cómico, en el mundo en el que me muevo, el mundo del Drag, (Drag 2016)

La hibridación la revela Zaza-Drag como una imagen de *intermediariedad* entre lo público y lo privado y la disociación entre lo que se debe representar como hombre y lo que quiere representar como mujer.

la comunidad LGBT vive muy escondida, entonces un personaje, como lo que soy no lo hago, ya que como le comentaba afuera soy un personaje muy público mi empresa muy reconocida, mi familia, entonces cuando tomo el papel de Zaza Drag, me gusta llamar la atención. (Drag 2016)

Zaza-Drag empieza a revelar una *personalidad base*, que hace parte de su mundo, definiendo y presentando una postura como individuo al que le gusta llamar la atención, pero también como perteneciente de la comunidad Drag. Así lo fundamenta Dubet (2010: 103) “el individuo ha hecho tan suyas, en el curso de la socialización primaria y profunda, las expectativas del prójimo, en lo que, a la lengua y la nación, el sexo, la religión, la clase social se refiere, transforma incluso esa identidad en una especie de naturaleza. En este nivel de la acción, la noción de ‘personalidad de base’ puede tener algún sentido en la medida que el individuo ha interiorizado los códigos sociales elementales de la comunidad a la que pertenece o quiere pertenecer”. Desde ese punto de vista, la identidad se vive como una adscripción, una atribución social gracias a la que el actor está constituido como un ser social. Hay una tarea en torno a la naturaleza del mundo Drag, a partir de los ojos de Zaza-Drag, que más adelante abordaré.

El mundo Drag es un mundo complejo a ojos de este investigador, es el mundo de frontera y de transgresión, de *liminalidad* y de *intermediariedad*, buena parte de esta investigación estará más ligada a las Drag Queen como potenciales actores que agencian a la comunidad Drag. Lo anterior no implica que se reconozcan la totalidad de las relaciones e influencias o afectaciones que la comunidad Drag ejerce sobre sus individuos. Lo primero que aprendo de Zaza-Drag es que hay categorías de Drag, en sus palabras hay ‘transformistas y transgeneristas’: los transformistas serán aquellos hombres que, gracias a la integración de cierto tipo de aditamentos (zapatos, ropa, pelucas y maquillaje) aunado a gestos, posturas consolidan una corporalidad semejante a la de una mujer.

... yo puedo ser un transformista. Desde las seis de la mañana a las diez de la noche yo soy un hombre, aspecto de hombre, me visto como un hombre, llegando ya la noche me transformo en una mujer, muy femenina, muy lente, muy cabello, con ademanes muy femeninos, ese es el transformista. (Drag 2016)

Cuando termina su performance, los transformistas vuelven a ser hombres. Ellos tienen claridad, en cuanto, a los momentos en los que deben ser hombres y los momentos en los que representan a la mujer. La condición de misterio de la Drag Queen se acentúa ya que las transformaciones, se suceden en la noche de manera recurrente.

... entonces el Drag, entra en el papel del transformista, porque nosotros empezamos un proceso a partir de la nueve de la noche, empezamos a cambiar, sin perder nuestra parte, entre masculino y femenino. (Drag 2016)

Por otro lado, los transgeneristas¹⁹ son radicales, ya que en sus cuerpos han mediado una serie de intervenciones quirúrgicas que apuntan a la transformación del cuerpo de un hombre en cuerpo de una mujer.

...el transgenerista, es el que está todo el día, prácticamente, vestido de mujer, el cabello, ya llegan hasta el punto de operar sus partes íntimas. (Drag 2016)

Zaza-Drag brinda pistas en cuanto a cómo perfilan diversas retóricas, a partir de la consolidación de diversas estrategias de su *performance*, de tal manera que cada performance ‘llame la atención’, sea impactante, entre otras tenemos: las Drag de concurso, las Drag de desfile y las Drag que se ganan la gente.

... hay Drag de concurso que les gusta llamar la atención, Drag de ‘mírame y no me toques’ (Drag 2016)

... no soy de show, pero lo hago por sentirme bien, en ocasiones como un Halloween o un desfile del orgullo gay, donde participo y he participado en varias ocasiones como cinco veces, cada desfile llamo la atención, me dicen ‘tomate la foto conmigo’ soy muy payaso, muy exagerado, como tal, ese es Zaza Drag. (Drag 2016)

... cuando yo estoy en ese personaje, soy muy chistoso, reírme con la gente, a ‘mariquiar’ con la gente, a ganarme la gente, ¡hola que más! Quieres la foto muy natural, muy casual, ¿Cómo la quiere? Una foto vale 5.000 pesos. Pero espera un momento, ‘tócame, bésame, hazme tuya’, cosas como esas. (Drag 2016)

5.2 Llamar la Atención

Llamar la atención en la Drag es fundamental. Llamar la atención se fundamenta en el deseo de transgredir las esferas claramente delimitadas de lo privado y lo público, la transgresión implica la condición identitaria de *intermediariedad*. Es una manera de garantizar su visibilidad desmedida, haciéndose sentir, ver, oír. Zaza-Drag es capaz de transgredir, constituyendo diversas estrategias para llamar la atención, es capaz de

¹⁹ Seguramente Zaza- Drag se refiere a los transexuales, diferente de transgénero.

construir un conjunto de retóricas no solamente argumentativas, sino de tipo formal, gestual, corporal, tempero-espacial, entre otras, en las que consolida una atmósfera que la rodea y la caracteriza en términos de 'exageración' agenciada por la comicidad.

me gusta llamar la atención: los colores, la exageración, muy cómico, muy de risa, muy chévere, muy jocoso, pero sin ir más allá de faltar el respeto, siempre lo he tenido, porque en la comunidad LGBT siempre hay roces que el transformista, que nosotras ridiculizamos al transformista, para mí no es ridiculizarlo. (Drag 2016)

Zaza-*Drag* posibilita reconocer otras maneras legítimas de construir socialmente el conocimiento creativo, pero fundamentalmente diversos eventos claramente demarcados, de los que operan en los centros de diseño, en las academias, en los institutos, entre otras. Zaza-*Drag* constituye retóricas que de la mano de un arsenal de estrategias sabe traducir de manera adecuada a cada situación, para hacerse notar. Su estrategia se instala directamente en los Zapatos que potencian acciones directas al evocar, convocar y provocar, en el marco de una performance transgresora de las costumbres conservadoras de la sociedad, pero al mismo tiempo, tiene muy claro unos límites demarcados por el respeto a la mujer.

para mí es exagerar un poco más las partes femeninas, con el sentido de humor de picardía, de exageración, pero ante todo con el respeto. Porque reconozco que vengo de una mujer, tengo muchas mujeres en mi familia, por ende, al cual aprecio y admiro, entonces nunca me considero una mujer, trato de evitar y resalto la parte chistosa de la mujer. (Drag 2016)

De las muchas maneras para llamar la atención quisiera primero centrarme en el vestuario y específicamente en la naturaleza *identitaria* de los Zapatos *Drag Queen*, los zapatos hacen parte de la estrategia de Zaza-*Drag* para comunicar sin palabras. Comunicar su mundo interior, lo que es, lo que la hace *Drag Queen*, y lo que la diferencia de otros individuos. Abordaré inicialmente este desarrollo a partir de la identidad. La identidad, tiene que ver con la semejanza o la diferencia. Nos habla de 'ese algo' o de esa característica que distingue a una persona, o a un grupo, un colectivo o un objeto de lo que no es. Las personas y los colectivos de personas suelen identificarse a sí mismas, de paso intentan proyectar algún tipo de imagen. Hablar de identidad es hablar de un concepto, en parte ambiguo, polisémico. Me aproximo a la cualificación del concepto de Bauman (2003: 41) 'identidad' "será el nombre dado a la búsqueda de salida de cierta incertidumbre. Pensamos en la identidad cuando no estamos seguros del lugar al que pertenecemos; es decir, cuando no estamos seguros de cómo situarnos en la evidente variedad de estilos y pautas de comportamiento y hacer que la gente que nos rodea acepte esa situación como

correcta y apropiada, a fin de que ambas partes sepan cómo actuar en presencia de la otra". Continua Bauman (2003).

"La identidad es una proyección crítica de lo que se demanda o se busca con respecto a lo que es; aún más exactamente, una afirmación indirecta de la inadecuación o el carácter inconcluso de lo que es. La identidad se incorporó a la mentalidad y la práctica modernas ataviada desde el inicio como una tarea individual. Correspondía al individuo encontrar un escape de la incertidumbre". (Bauman, De peregrino a turista, una breve historia de la identidad 2003, 42)

En Hall (2003:14) la identidad es un concepto que funciona 'bajo borradura' en el intervalo entre inversión y surgimiento. Las identidades son, por así decirlo, las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que siempre 'sabe' que son representaciones, que la representación siempre se construye a través de una 'falta', una división, desde el lugar del Otro, y por eso nunca puede ser adecuada -idéntica- a los procesos subjetivos investidos en ellas. La idea de que una sutura eficaz del sujeto a una posición subjetiva requiere no sólo que aquel sea 'convocado', sino que resulte investido en la posición, significa que la sutura debe pensarse como una articulación y no como un proceso unilateral, y esto, a su vez, pone firmemente la identificación, si no las identidades. (20). De tal manera que estas identidades son siempre relacionales e incompletas tal y como lo expresa Grossberg (2003: 151) ya que siempre están en proceso. "Toda identidad depende de su diferencia y su negación de algún otro término, mientras que la identidad de este depende de su diferencia y su negación de la primera. Revela al mismo tiempo, como las luchas en torno de la identidad -entre lo público y lo privado; entre lo interno y lo externo; entre individuos de la misma comunidad, entre otras- ya no implican cuestiones de adecuación o distorsión, sino de la política misma de la representación. Vale decir que la política implica cuestionar el modo de producción y asunción de las identidades a través de las prácticas de la representación". (153). Procurando abordar la naturaleza de la Drag en términos investigativos, inicialmente a partir de la *identidad*, para lo cual profundizo en la *experiencia Drag*. Algunas orientaciones, sobre la experiencia las plantea Dubet (2010: 86) cuando refiere que la experiencia es una actividad cognitiva, una manera de construir lo real y, sobre todo, de verificarlo, de experimentarlo. La experiencia construye los fenómenos a partir de las categorías del entendimiento y de la razón. Desde ese punto de vista, la experiencia social no es una 'esponja', una forma de incorporar el mundo a través de las emociones y de las sensaciones, sino una manera de construir el mundo. Es una actividad que estructura el carácter fluido de 'la vida'. La incorporación de mundo por medio de su construcción implica la consolidación de una base de experiencia o de vida vivida, que perfila la calidad de respuesta ante una situación determinada. Es dicente la manera

como expresan su sentir de vida vivida, su mundo Drag, en una entrevista en un programa de televisión argentina, a Drag-Le Brooks y Drag-Less, ante la pregunta ¿Qué es un Drag Queen? Drag-Le Brooks responde:

Una Drag Queen es usar tu cuerpo como lienzo para crear un imaginario tuyo personal y jugar con el género. (¿Qué es ser una Drag? 2017)

Mientras que Drag-Less responde:

Un personaje propio muy artístico que exagera lo femenino que hay en el cuerpo masculino (...) Es una expresión de la esencia de uno, creo que el Drag es artístico. En mi caso lo llevo como la esencia personal mía. Mi Drag es como todo, todo lo que quiero expresar y, que como civil o varón jamás lo haría y, te da la seguridad. (¿Qué es ser una Drag? 2017)

Drag-Le Brooks define su condición Drag a partir de la actuación, de esta manera consolida la transformación Drag a voluntad de quien lo quiera realizar.

No tienes que ser gay para ser Drag ya que somos actores, estamos actuando. (¿Qué es ser una Drag? 2017)

En tanto Drag-Less, demarca su decisión a partir del ‘trascender reglas’, al tiempo que aterriza la decisión relacionándola con el trabajo.

Cuando la persona tiene ganas de trascender las reglas que hay frente al género, más allá de la elección sexual. En la semana somos varones, esto es un trabajo. (¿Qué es ser una Drag? 2017)

Sobre la misma línea Drag- Eiko, deja bien claro la dificultad de vivir de la actuación Drag, más aún, la instala en términos de hobby, de esta manera recomienda que es necesario combinarla con otras actividades, por ejemplo, estudio, trabajo.

Esto es un hobby muy bonito espectacular, pero es un hobby, hay gente que puede vivir de ello, como hobby. Pero hay que tener prioridades: hay que tener estudios, hay que tener trabajo. De esto comes un día, comes dos o un mes, pero no todo el año seguido. (Drag-Eiko 2017)

De esto nos hablan los Drag, de las dificultades para consolidar la experiencia Drag. Como manera de construir mundo en la comunidad Drag, construcción que se consolida a partir de una serie de transformaciones controladas, representaciones fragmentadas de situaciones y acciones que le darán base de experiencia a la historia que se quiera contar. Donna Haraway (1991: 174) propone una figura constituida de muchas figuras fragmentadas, una figura semejante a la imagen de un **cyborg** como “una potente subjetividad sintetizada a partir de la fusión de identidades marginales”. Mientras que para Grossberg (2003) la fragmentación enfatiza la multiplicidad de identidades y posiciones dentro de cualquier identidad. Las identidades podrían ser, entonces, contradictorias, y están compuestas por fragmentos parciales. Las teorías de fragmentación pueden

concentrarse en la fragmentación de identidades individuales o de las categorías sociales (de diferencia) dentro de las cuales están situados los individuos, o en alguna combinación de unas y otras. (155). De otro lado Krippendorff (2006: 162), plantea que “todos los artefactos, además de categorizar y atribuir características a ellos, también acercarse para ser relacionado con sus usuarios, propietarios, observadores, y comentaristas. Ellos soportan varias identidades”. Los zapatos Drag Queen, pueden soportar varias identidades, no solamente los diversos roles de la Drag acorde al aura de la performance desarrollada, sino relaciona a quienes los han diseñado y producido, a quienes como público en general asisten a las ‘galas’ o performance. Esas identidades múltiples generan identificaciones que varían y se superponen. Identificaciones múltiples y coexistentes como lo plantea Butler (2007: 153) que “engendran conflictos, coincidencias y desacuerdos innovadores dentro de las configuraciones de género que refutan el carácter fijo de los sitios donde se sitúan lo masculino y lo femenino respecto de la ley paterna”. Los modos de llamar la atención por parte de Zaza-Drag darán cuenta de su identidad y de la identidad de la comunidad Drag agenciada en una integración de fragmentos. En ese sentido Hall (2003: 14), plantea “al decir agencia no expreso deseo alguno de volver a una noción no mediada y transparente del sujeto o de identidad como autores centrados en la práctica social”. A diferencia de lo planteado por Arendt (1993), en cuanto a la acción y el discurso en la constitución política de la identidad, Butler (2007: 277), propone un inicio de la acción política, en la que no es preciso que exista un ‘agente detrás de la acción’, sino que el ‘agente’ se construye de manera variable en la acción y a través de ella. En otras palabras, la constitución y construcción de identidad de Zaza-Drag, implican una apropiación, una aprehensión de un estilo Drag, resignificado en términos estéticos por Zaza-drag, esto implica una dinámica constructiva y variable de la experiencia Drag. Zaza-drag como agente transformador y transformado trasciende el hecho que los Zapatos Drag Queen no sean un simple disfraz, un simple remedo de una imagen. Lo que quiere mostrar Zaza-Drag es que no haya distancia entre lo que cubren los zapatos y lo que realmente es Zaza-Drag. Esto es, lo que hace interesantes en términos de evocación, los zapatos Drag Queen.

Ahora, ¿Cómo evitar ‘perdernos’ en medio de tanto fragmento? ¿Cómo lograr una adecuada integración de los fragmentos? Preocupaciones que afecta no solo a la comunidad Drag, sino a Zaza-Drag. Una primera respuesta la podemos encontrar en el uso de la técnica del *ensamblado*. El ensamblado es un proceso de fabricación, de

instrucción los límites necesarios entre lo público y lo privado, entre la 'presencia', la 'ausencia manifiesta' y la alteridad (cambio de perspectiva por la del otro). Para Law (2014: 16), un ensamblaje es generativo y performativo, produce presencia y ausencia, se consolidan algunos aspectos para la fabricación de las relaciones en: aquello que está presente (una representación o un objeto); cualquier cosa que esté ausente, pero se manifiesta (puede ser vista o descrita); todo aquello que está ausente, pero constituye una alteridad. Una segunda dará cuenta de prestar atención a la importante recomendación que plantea (Benjamin 1982), cuando construye visores o imágenes de mundo, tres estadios o como él los denomina *sensoriums*, cada uno su respectivo principio de lógica particular a priori: *visibilidad*, *audibilidad* y *tactilidad*. A través de ellos, conocemos, actuamos y sentimos; a la vez que visibilizan en nosotros la realidad, invisibilizan la realidad. Ellos nos abren un mundo y nos cierran otros.

A partir de la idea de la constitución de *visores de mundo* o de imágenes de mundo propongo utilizar la estrategia de Yvars (1988: 180) cuando reflexiona sobre el pensar en o desde las imágenes.

“Una propuesta, en definitiva, de “pensar en imágenes”, de abandonarse a la contemplación an-intelectual del objeto hasta romper el control “lógico” del discurso y dar entrada a lo cotidiano, al lenguaje abierto de la comunicación asociativa, a la evocación”. (Yvars 1988, 180)

Pensar en o desde las imágenes, en o desde las alegorías, en fragmentos, es no sólo lo adecuado frente a una realidad que es discontinúa y sin centro, sino que se constituye en la forma más contundente de superación del racionalismo abstracto. Tal y como lo plantea Thompson (1998: 25) cuando estructura que, “pensar en imágenes se logra en un momento en que el ojo humano ha avanzado sobre el *inconsciente óptico*²⁰ y en su penetración ha disuelto lo que antaño era impensable y, por ende, desconocido”. Tenemos que construir un orden de representación acorde con nuestro orden de utilización, o sería mejor decir que, el orden de representación ilustrado y moderno es totalmente inconmensurable con la sociedad mediática, con las nuevas formas de producción, circulación y apropiación simbólicas. En esta misma perspectiva tanto la identidad, como el diseño de los zapatos Drag Queen se constituyen en visores, a través de los cuales cual

²⁰ Inconsciente óptico como una expresión que indica que Benjamin está tratando con una teoría del conocimiento distinta de las tradicionales.

hacemos visibles está constelación sistémica - compleja de sujetos, conocimientos. Como tarea traduzco la identidad en términos de lo que es Drag y lo que se quiere *representar*, instalado en el ámbito estético descubro sus implicaciones en términos políticos de los atributos del sujeto espaciador, referidos por Bauman (2003: 66).

“La incapacidad política de los hombres y mujeres posmodernos surge de la misma fuente que la incapacidad moral. El espacio estético, preferido y dominante en todas las estrategias posmodernas enumeradas, difiere de otros tipos de espacio social (como el moral y el cognitivo) en cuanto no escoge como puntos de referencia y orientación las características y cualidades poseídas por los objetos del espacio o adjudicadas a ellos, sino los atributos del sujeto espaciador (como el interés, el entusiasmo, la satisfacción o el placer)”. (Bauman, De peregrino a turista, una breve historia de la identidad 2003, 66)

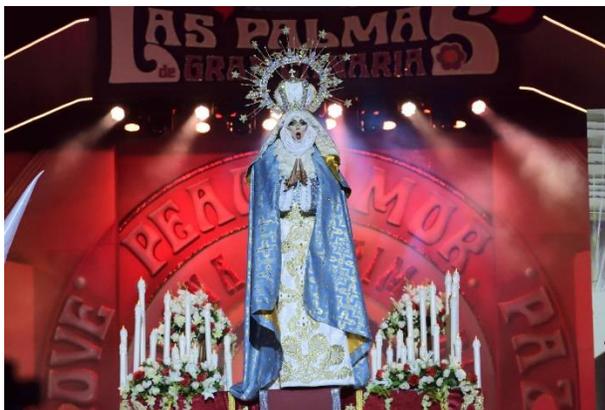
Los atributos del sujeto espaciador hablan del espacio socio-estético y dominante, hablan inicialmente del ‘estilo’, para luego derivar en el uso del concepto de lo bello, de la belleza asociado a los modos como Zaza-Drag constituye sus retóricas. El carácter identificador y diferenciador necesariamente tienen que relacionarse como lo retoma Gadamer (1991: 60), con la “experiencia estética, el gusto acá representa el momento nivelador. En tanto que momento nivelador, sin embargo, se caracteriza también como ‘sentido común’. El gusto es comunicativo, representa lo que, en mayor o menor grado, nos marca a todos. Un gusto que fuese sólo subjetivo – individual resultaría absurdo en el ámbito de la estética”. Es así como, trascendemos el gusto de tal manera que se expresará en términos de ‘estilo’, el estilo Drag dará cuenta de ‘eso’ que diferencia, hablará de la naturaleza de los Drag como colectivo, pero al mismo tiempo posibilitará distinguir el carácter particular de Zaza-Drag. En cuanto al estilo Gardner (2011: 67), lo utiliza para distinguir las obras de una era con respecto a las de otra. Decisiones en torno a preferencia de colores, texturas hablan directamente de la identidad y del estilo de quien los escoge, para este caso Zaza-drag.

Colores muy llamativos, entre más colores más llamativos la idea es llamar la atención. Yo siempre he utilizado colores muy fuertes, hay temporada de colores ácidos, en estos momentos me gustan colores llamativos, el amarillo, el rojo, para que donde yo pase, se diga allá va un Drag o me identifique, ese es Zaza Drag, como me llaman mis amistades. (Drag 2016)

Parafraseando a Baudrillard (1997: 14), el estilo “dará cuenta de la ‘presencia’ de los objetos”, es así como, los zapatos Drag Queen tendrán como función, personificar las relaciones humanas, poblar el espacio que comparten y poseer un alma – por lo demás, pueden tener gusto y estilo, así como no tenerlo. Además, seres y objetos están ligados, y los objetos cobran en esta complicidad una densidad, un valor efectivo que se ha convenido en llamar su ‘presencia’. Los zapatos de Zaza-Drag son interesantes estéticamente, porque tienen inherentes en ellos una presencia Drag. Zaza-Drag lo reafirma cuando habla de ‘la belleza de sus zapatos’, la belleza es un adjetivo que denota

no solamente cosas u objetos como es el caso de los zapatos Drag Queen, como adjetivo pueden estar relacionado con personas (Drag), acontecimientos (concursos, desfiles entre otros) pero, sobre todo, un conjunto de experiencias. Es Gadamer (1991: 52) para quien usa lo bello como puente, la función ontológica de lo bello consiste en cerrar el abismo abierto entre lo ideal y lo real. En un mismo proceso continúa diciendo, “extraemos con la vista, por así decirlo, la imagen de las cosas y nos figuramos su imagen en ellas. Y así, es la imaginación, la facultad del hombre para figurarse una imagen, la facultad a la que se orienta sobre todo el pensamiento estético”. (57). Gadamer nos habla de otra manera de conocer, pero paradójico, “cierto conocimiento sensible que es en principio una paradoja. Algo, solo es conocimiento cuando ha dejado atrás su dependencia de lo subjetivo y de lo sensible, y comprender la razón, lo universal y la ley de las cosas. En su singularidad, lo sensible aparecerá sólo como un simple caso de legalidad universal”. (54).

Figura 5-1: *Drag-Sethlas*.



Fuente: https://ep01.epimg.net/politica/imagenes/2018/02/16/actualidad/1518773366_965731_1518794527_noticia_normal_recorte1.jpg

Las maneras de llamar la atención estarán marcadas entonces por performances cuyo valor estético es alto, pero al mismo tiempo por el ‘aura’ benjaminiana de la naturaleza del mundo Drag. Por la condición humana de cada uno de las Drag y por la apariencia de todo su mundo Drag, instalado en la exageración calculada. La exageración es la metáfora circundante que cualifica cada uno de los performances de la Drag. Gracias a la exageración las Drag visibilizan, muestran lo que son y lo que quieren representar en sociedad. La visibilidad como constructo nos muestra decisiones que para el público en general, pueden pasar desapercibidas o ser escandalosas, sobre todo cuando la performance, con su naturaleza trasgresora, se apoya en valores conservadores (sobre todo los religiosos) muy arraigados en la sociedad; tomemos el ejemplo de la Gala

presentada por Drag-Sethlas (véase figura 5-1) en su performance representa una virgen y la crucifixión de Cristo, en el marco del Carnaval de Las Palmas - Gran Canaria, España. El periódico El País (2017) reseña la noticia de la transgresión de la siguiente manera.

“Drag Sethlas se ha proclamado esta noche nuevo Drag Queen de Las Palmas de Gran Canaria con un número transgresor que encendió al público del certamen en su 20 aniversario y que no va a dejar indiferente a nadie, por sus referencias religiosas a la Virgen y a la crucifixión de Cristo. Llegó literalmente como una virgen -vestido como una imagen de María y a ritmo de "Like a prayer" de Madonna-, pero no fue ningún milagro que Sethlas se coronase Drag Queen del carnaval de la capital grancanaria, dedicado este año a "La eterna primavera". (El país 2017)

¿Hasta qué punto la trasgresión (en términos de exageración) tiende a la habituación? De tanto exagerar, está se convierte en algo habitual, lo cual dificulta las nuevas respuestas creativas (exageración de exageración de exageración, etc.) Es una inquietud importante, además de relevante, cuando referimos las galas, las performances en términos de construcción social de conocimiento creativo. El ejemplo más práctico lo encontramos al evidenciar la manera como, después de llegar a su décima temporada en la televisión estadounidense, en el canal VH1 el programa **RuPaul's Race** sigue vigente. Es un programa – reality - concurso sobre Drag Queen, allí se llevan a cabo competencias sobre: *costura*, muchos de los participantes se dedican a la moda y cosen sus trajes; hay *pruebas de habilidad*, en las que se hacen números de humor hasta gimnasia; se *canta*; se *baila*; entre otras actividades. Citando a Cantó (2018), uno puede entender la manera como RuPaul y su programa se han mantenido por tanto tiempo, al echar mano de las siguientes estrategias: All Stars, además de las temporadas anuales, RuPaul organiza otro show paralelo llamado RuPaul Drag Race All Stars, en el que participan algunas de las drags que más éxito tuvieron en sus temporadas y que no se alzaron con la corona. Biblioteca, momento en cada temporada de RuPaul en la que las participantes pueden insultarse abiertamente, y es en la "visita a la biblioteca". En esta prueba, las concursantes tienen que explicar, de forma ingeniosa, los defectos del resto. Death drop, podría traducirse como "caerse muerto" y es un paso de baile que consiste, básicamente, en eso: en desplomarse bruscamente sobre el suelo, con las piernas en posiciones bastante dolorosas. Eleganza extravaganza, RuPaul y el resto de las drags del programa utilizan este término para referirse a vestidos o looks muy elegantes. 'Eleganza extravaganza' también puede ser el concepto sobre el que los drags tienen que diseñar su estilismo en algunos desafíos. Lip sync for your life, podría traducirse como "playback por tu vida", y es la última oportunidad de un concursante para seguir en el programa. Maxi-Challenge, es el reto principal de cada capítulo, y el que más peso tiene a la hora de seleccionar a las participantes que tendrán que hacer el playback. Pit Crew, son los

azafatos del programa y todos tienen algo en común. Peluca sobre peluca, es uno de los trucos más aplaudidos durante las actuaciones de las drags en el programa: se quitan la peluca y, ¡sorpresa!, debajo había otra peluca más. Roast, es uno de los retos cómicos del programa. En él, las drags tienen que preparar un breve monólogo en el que ridiculicen a la protagonista del roast, que por lo general suele ser el propio RuPaul o Michelle Visage. Snatch Game, es una parodia del concurso estadounidense en el que los participantes tienen que completar una frase y que su respuesta coincidiera con la del invitado del programa. Untucked, es un formato de ‘detrás de las cámaras’ que se emite después de cada episodio. El nombre proviene del término inglés ‘tuck’, que significa ‘remeter’ o ‘plegar’ y, en el mundo de la drag, hace alusión a los trucos de los artistas para ocultar sus genitales. Vestido revelación, es un vestido que esconde otro vestido. El mundo Drag al igual que otros mundos que requieran del conocimiento creativo, deberá ser un mundo en constante cambio, un mundo en donde se escuchen diversas voces y se construye, además se valide socialmente el conocimiento, un mundo de tradición y de transgresión, un mundo de exuberancia estética, pero al mismo tiempo un mundo: de testarudez, de vehemencia, de esfuerzo, entre otros.

5.2.1 Lo ‘sencillo pero exagerado’ como modo de llamar la atención

Hay modos de llamar la atención de parte de las Drag: trasgrediendo la cotidianidad de las situaciones conservadoras, no respetando límites o fronteras socioculturales preestablecidas, recontextualizando los ámbitos de aparición y de actuación entre lo público y lo privado. Se llama la atención ya sea con la pretendida diferencia de una performance; con el fortalecimiento de un conjunto de gestos y posturas; con el desarrollo de un vestuario necesario para hacer creíble cada una de sus galas. La Drag llama la atención apoyado principalmente en el uso y la exhibición de sus zapatos Drag Queen. Ninguna performance se amoldaría a su naturaleza, si no están inmersas las características identificadoras y diferenciadoras de los zapatos Drag Queen. O sea, los zapatos Drag Queen son indelebles a la naturaleza Drag, es una manera en la que se ha dispositivado dicha naturaleza, razón por lo cual su entendimiento posibilita una comprensión extendida de los Drag. La interacción con Zaza-Drag y con el mundo Drag ha hecho que me pregunte acerca del porqué los zapatos Drag Queen son diferentes, inquietantes, atractivos entre otras cualidades formal-estéticas usadas para representar el mundo Drag.

A diferencia de Drag-Sethlas, que construye retóricas trasgresoras a partir de iconos religiosos muy arraigados y conservadores de la cultura, Zaza-Drag denota un poco de 'recato' en la apariencia de su vestimenta más no de sus zapatos Drag Queen, ni de su cabeza, corporalmente constituye una composición estética con dos centros de atención potentes, aspectos que complementa en la dinámica de su performance. Zaza-Drag sabe llamar la atención a su manera, pero condicionada a que 'todo sea sencillo', o sea ella no es afín a estéticas recargadas²¹. No gusta de los grandes vestidos, 'es alérgica a los encajes' aspecto importante ya que el juego de encajes en los vestidos es muy femenino, como detalle que acentúa. Su vestimenta tiende a ser, en términos estéticos minimalista, la integración compositiva de sus Zapatos, cabeza y corporalidad expresada en sus gestos y movimientos son exagerados. Encuentro alguna forma de trasgresión allí.

*Lo importante es llamar la atención. Por ejemplo, en las últimas ocasiones he ido muy... Eso también va con la personalidad, ¿Qué pasa? Yo soy muy brincón, en el sentido que me gusta bailar, recochar, caminar, correr, soy muy posudo. No me gustan los trajes que me cohiban de eso. Hay personas que utilizan sus vestidos grandes, que no se pueden ni mover, o que la mano debe llevar un encaje, yo soy alérgico a eso. Yo soy más de flexible, que todo sea más sencillo, **sencillo pero exagerado** (el resaltado es mío). Sencillo pero pegado a mi cuerpo, que pueda moverme, brincar, reírme, dar vueltas, tirarme al suelo si me toca, postrarme en un sofá, levantar las piernas, entonces siento que eso me da la facilidad a mí como personaje. (Drag 2016)*

Zaza-Drag constituye su performance a partir de la funcionalidad de su vestimenta. Se instala en la flexibilidad de cuerpo, en los diversos grados de libertad que le permite su vestimenta, pero sobre todo sus zapatos. Mostrar su cuerpo, usarlo para agenciar un perfil una personalidad divertida, extrovertida, en sus términos 'recochera', de esta manera consolida una performance en buenos términos trasgresora. Paradójicamente la dinámica de su corporalidad es compleja en el sentido barroco, en el sentido de la cantidad de micro acciones (pliegues y dobleces) que tiene que realizar para constituir el personaje que está desarrollando.

Mi perfil lo hallo así, Mientras que hay amigos que les gusta utilizar el gabán larguísimo y llegar así. No yo no utilizo eso, yo soy, bueno me quite uno y quede como voy a quedar: un enterizo pegado al cuerpo o un vestidito corto, no me gusta tanta arandela para moverme en el escenario. El público cuando voy a un evento a una discoteca, que pueda recochar, a eso me refiero. Yo soy así, dependiendo de la personalidad. (Drag 2016)

²¹ Un ejemplo interesante para tener en cuenta es la complejidad del Barroco o del Rococó, como estilos formal estéticos, en medio de tanto pliegue o exageración del detalle, el cuerpo se diluía, se perdía.

Zaza-Drag es así dependiendo de su personalidad, pero también dependiendo del ámbito en el que se va a suceder la performance, por ejemplo, Zaza-Drag de Facebook y de eventos masivos, se muestra diferente, (véase figura 5-2).

Figura 5-2: Zaza-Drag.



Fuente: Imágenes tomadas del muro de Facebook. Zaza Valery-Drag: https://www.facebook.com/profile.php?id=100005126956208&hc_ref=ARTyPymImybVrnaprUpBS9re7L1AZYeRByHhYRhpTrm9TodCA2zpVeclHSXnuMS8BhQ

Procurando dilucidar acerca de la naturaleza del mundo Drag, la condición humana de Zaza-Drag y la apariencia de sus zapatos Drag Queen constituyó categorías de análisis, a partir de considerar a los zapatos Drag Queen como el *algo* de los signos, a partir de Guerri, Acebal y otros (2016: 6), quienes citando a citando a Peirce refieren que, un “*signo es algo que está para alguien, por algo, en relación*”. Usando esta tríada se derivan categorías de análisis peircianas que traducidas a nuestros zapatos Drag Queen quedarán: *primeridad* o los zapatos que evocan, que comprende las cualidades formal - estéticas de los zapatos, siendo la cualidad “una mera potencialidad abstracta” (7); color, textura, tonos, ritmos, tensiones y todos los preceptos formales que son alineados, con el propósito de los zapatos sean relacionados con alguna capacidad o potencia, nos habla de la apariencia de los zapatos Drag Queen. *Segundidad* o los zapatos que provocan, son los zapatos en sí, concretos, pero al mismo tiempo es: el vestuario, las pelucas, los accesorios y la performance y todo aquello que consolide tanto el mundo Drag, como la condición humana de Zaza-Drag. *Terceridad* o los Zapatos que convocan, alrededor de los zapatos orbitan los usuarios espectadores, aquellos destinatarios ‘interpretantes’ del goce estético, no

serán ni cualidades ni hechos, más bien la valoración de necesidades sociales dictaminadas por una comunidad. Retornando nuevamente a Guerri, Acebal y otros (2016: 9), la *terceridad* consiste en la valoración leyes -según determinada ley o necesidad social-, de la *segundidad*, en tanto, actualización de las posibilidades disponibles en la *primeridad*. En otras palabras, si la *primeridad* constituye la *diferencia* y la *segundidad* lo *diferente*, la *terceridad* puede ser entendida como la *diferenciación*. A partir de los zapatos se revelan en el: **evocar**, **provocar** y el **convocar**, consolido la aproximación apoyándome en el trabajo de Gardner (2011: 71), quien analiza la belleza y logra caracterizarla en términos de tres conceptos: es interesante; su forma es memorable; estimula nuevos encuentros. También me apoyo en el trabajo de base antropológica planteado por Gadamer (1991: 65) acerca de la experiencia del arte, y su desarrollo en los conceptos de 'juego', 'símbolo', y 'fiesta'.

5.2.2 Los Zapatos evocadores

¿De qué manera la memorabilidad de los zapatos Drag Queen es una manera de evocar? Una respuesta clara y directa es que los zapatos convocan gracias a la recordación instalada en su apariencia. Hablo entonces, de la *memorabilidad de la forma*. La memorabilidad está plasmada en términos de cómo se ha definido la representación de los zapatos, en este sentido Gadamer (1991: 96) discute como, “en la representación que es una obra de arte, no se trata de que la obra de arte represente algo que ella no es; la obra de arte no es, en ningún sentido, una alegoría, es decir, no dice algo para que así se piense en otra cosa, sino que sólo y precisamente en ella misma puede encontrarse lo que ella tenga que decir. Es una invitación directa a quedarnos en los zapatos a disfrutar de su estética”. De la estética de los zapatos y de sus orbitales. Para que la recordación sea efectiva en los zapatos Drag Queen, la imagen ha de ser coherente con el estilo Drag, pero resignificado a la condición de cada Drag en particular. Hablo de la negociación entre mundos estilísticos entre estéticas: una estética que se instala en imágenes con un sentido de 'visibilidad trasgresora' que favorecen el uso de modos, tales como la 'exageración calculada' o el engrandecimiento de algunos aspectos femeninos manifiestos en el cuerpo del hombre-Drag, aspectos que han sido opacados por incidencias socioculturales. En cuanto a preferencias o gustos, por ejemplo, doña Teresa, cualifica las preferencias de forma y material del tipo de zapato y algunas características formales.

Doña Teresa: Claro, ellos traen, de hecho, ellos traen muchos estilos, muchas ideas, ellos les gustan los moños, ellos se inventan muchas cosas raras, claro que sí.

Samuel: *¿Algún color que recuerde?*

Doña Teresa: *El plateado y el dorado, para ellos.* (Hurtado de Aristizabal 2015)

En cuanto a la gama de colores no es el reino del color pastel, ya Baudrillard (1997: 34) reflexionaba en torno a cómo el color pastelizado, quiere ser un color vivo, pero no es más que un signo moralizado. En cuanto a los colores llamativos plantea que, el color vivo es vivido siempre como signo de emancipación: de hecho, compensa a menudo la falta de cualidades más fundamentales. (33). Para Baudrillard (1997: 32) los colores ‘chillones’ lo miran a uno. “Si se pone uno un vestido rojo, está desnudo, se convierte en objeto puro, carente de interioridad. En relación con el estatus social de objeto, que tiene la mujer, el vestido femenino se inclina más particularmente por los colores vivos”. Doña Teresa particulariza aún más, la observación centrando la atención en el cambio de altura y, como el uso de tacones veinte y medio los enloquecía.

A ellos no les importa los materiales, realmente. A ellos les importa que sean vistosos, charoles, plateados, dorados, tacones 20 y medio. Yo fui la primera que saqué tacones 20 y medio y ellos cuando veían esos tacones 20 y medio... Por ejemplo, ¡yo mandaba hacer unas botas número 42 en tacón 20 y medio y las ponía en la puerta y no! Se enloquecían con esos tacones. Para ellos es muy importante estar subidos en tacones, estar con cremalleras doradas, herrajes dorados, cosas vistosas [...] Téngales plateado y dorado y como piedras, eso le encanta (Hurtado de Aristizabal 2015)

El cambio de altura implica de entrada marcar diferencia frente a otras personas, hace que las piernas se perciban mucho más largas de lo común y aunque puede ser una limitante en términos de movilidad corporal, su uso continuo va perfilando un carácter identitario y diferenciador del mundo Drag. Otra lectura importante es la que hace doña Graciela Barrios, administradora de Calzado Yara Aristizabal, en cuanto a las preferencias de las Drags.

Ellos son un poco escandalosos, les gusta más los brillantes, les gustan con cadenas, tacones bien altos, son más exigentes en el tipo de material como brillantes, escarchados, plateados, esos colores son los que más les gustan a ellos. (Barrios, Primera entrevista - administradora 2016)

Pero también lo que aporta doña Rosa Tocancipá, aporta recordándonos la importancia del manejo de la luz en los Zapatos Drag Queen, los reflejos, los brillos, las escarchas, entre otras.

Pues a ellos les gusta los colores. Brillos. Alturas. Eso es lo que más importa. Yo me acuerdo de que de los primeros zapatos que se hicieron fue a un diseñador Antonio, era un peluquero, que quería concursar en Nueva York, pues él tenía su peluquería aquí y allá, se me escapa el apellido, él fue de los primeros que se le hizo una bota que parecía un casco de vaca, fue espectacular, él quedo super contento. De los clientes que mandaba él, pues extasiados con esa forma como le quedo, porque él se iba a disfrazar mitad hombre mitad animal, entonces ese disfraz fue espectacular, entonces, de los que más recuerdo es él, y ya después lo que ellos buscan es altura, colores, así cosas muy llamativas. (Tocancipá 2016)

¿Algún material en especial?

Dorados, plateados, charoles, como con visos. Ahora que se está usando el dorado y el plateado hay muchos tonos de plateado que son con visos, que les encanta. Cuando salió el escarchado, eso fue el boom,

ellos encantados con ese escarchado, porque el escarchado le da vida al traje, a las botas o a los zapatos, esos son materiales que a ellos les encantan. Que brillo, que luz. (Tocancipá 2016)

Los zapatos Drag Queen se hacen ‘memorables’ visualmente hablando al apoyarse en cierto tipo de recursos formal - estéticos: cambio de altura, accesorios vistosos, tonos dorados y plateados, piedras, moños, entre otros son algunos de los recursos usados de manera ‘alineada’ para consolidar en los zapatos una especie de aura que a la vez identifique y diferencie. Esta en la misma línea planteada por Gardner (2011: 72) cuando propone “‘ciertas trayectorias de interés’, cada vez que una visión, un sonido o una experiencia resulta familiar, los individuos apartan la mirada o dejan de prestar atención, por lo tanto, para mantener el interés, es preciso elevar constantemente la apuesta, aunque no siempre en la misma dirección que trascienden el laboratorio experimental y emergen en todas las formas de arte. Además de recordarnos el poderío que tiene la evocación cuando se quiere que algún elemento de interés se manifieste en una forma o en un formato”.

Se puede hablar de otra estética derivada de la anterior que pretende consolidar un *manifiesto* que demarque la presencia y actuación de una Drag en particular, frente al colectivo o comunidad Drag. Ese manifiesto particular, dará cuenta de los modos de traducir una identidad particular Drag, en un contexto determinado. O sea que, Zapatos y todos su orbitales, gestos, corporalidades en un contexto determinado orientados a la luz de la construcción de un manifiesto. Procuró consolidar significativamente la interfase en términos de la presencia del manifiesto. Revisemos como Zaza-Drag manifiesta parte de su estética.

En estos momentos lo podemos ver, mírame, el tamaño del zapato, del tacón, de los aretes, de la peluca. Por ejemplo, el último atuendo que utilice fue una trusa muy pegada al cuerpo, con un afro en la cabeza supremamente gigante, que ninguna mujer lo utiliza, mis botas, aparte un cachetero con un cuerpo muy proporcionado y grande (Drag 2016)

De entrada, Zaza-Drag reta a ser vista. ‘Mirame’ implica un estoy aquí, una especie de grito para llamar la atención. El ‘estar aquí’ denota un esfuerzo que se apoya en un cierto tipo de comprensión estética. Marca la diferencia, inicialmente con el carácter diferenciador de sus zapatos, por el tamaño de los tacones, por la altura, recordemos que son tacones y plataformas veinte y medio. Sigue con la cabeza al hablar, primero de sus aretes y, luego de la peluca que como preceptos formales seguramente compensaran simétricamente, la

alta tensión pregnante²² de los zapatos Drag Queen. Luego se instala en el cuerpo, como puente entre las piernas y la cabeza, el uso de una 'trusa muy pegada al cuerpo' hace destacar el cuerpo 'sencillamente, pero de manera exagerada' su cuerpo. La corporalidad de Zaza-Drag es compositiva cuando integra a su discurso y su acción performativa el carácter grande del cuerpo masculino, pero a la vez proporcionado que busca convocar, al menos metafóricamente el cuerpo de la mujer. Zaza-Drag no busca ser una mujer, más bien quiere representarla.

No me siento mujer yo sigo siendo hombre, en mí nunca ha estado el colocarme senos ni de operarme, no va, porque no está en mis parámetros, por mi cultura, porque me considero un gay que no voy hasta allá, respeto a los que se han operado, pero no lo disfruto. (Drag 2016)

Las drags procuran hacer una mimesis exagerada de la belleza femenina. Una manera de llamar la atención se logra resolviendo la composición a partir de lo que no está, para el caso de Zaza-Drag compensando los vacíos femeninos, el manejo de las ausencias ante la ausencia de los senos, se presentan se manifiestan dos grandes aretes 'super gigantes' que emulan la ausencia de los senos femeninos.

Es exagerar la belleza femenina. Los aretes, por ejemplo, nosotros utilizamos los aretes o la primera vez que lo hice fue dos campanas de navidad super gigantes, imitando los senos de una mujer, pero vuelvo y recalco, sin faltarle el respeto a la mujer, porque eso es lo que no queremos (...) nosotros nos vamos por la parte jocosa, chistosa de la mujer, exagerándola. grande (Drag 2016)

El mismo vacío que ha servido para exagerar puede ser utilizado de manera redundante para acentuar, para tensionar doblemente. Para exagerar lo exagerado.

Un Drag es demasiado, técnicas de la moda. Podemos ver un Drag que no utiliza senos, todo es exagerar la moda. Por ejemplo, para el próximo evento en que voy a participar, no, por lo general no llevo senos, no llevo espumas, porque no somos transformistas. Somos muy natural, no perdiendo la esencia del hombre, entonces, por lo general el Drag nunca lleva senos. A veces por exagerar, colocamos dos campanas de senos y dos campanitas pequeñas de aretes. A veces no utilizo aretes o coloco una flor grande, porque hay que exagerar lo que la mujer utiliza, en forma exageradamente. (Drag 2016)

²² La pregnancia como ley de la Gestalt.

Los zapatos Drag Queen son el centro que convocan hacia la memorabilidad, gracias a las diversas estrategias estéticas que se han alineado para llamar la atención, a partir de dicho centro se constituyen orbitales, tales como, el vestuario y la performance, el espacio de presentación, el auditorio, entre otros que consolidan en buena parte la naturaleza del mundo Drag, el carácter diferenciador de la condición humana de Zaza-Drag, y la apariencia de los zapatos Drag Queen.

5.2.3 Los Zapatos que provocan

¿Cómo provocan los zapatos Drag Queen? Los Drag y en particular Zaza-Drag hacen que los zapatos sean estéticos y performativamente provocadores, los zapatos son agenciadores de transgresión, de *intermediariedad*. Los zapatos son indispensables para cada performance porque de antemano han resuelto el problema de su representación instalándose en los Sensoriums benjamianos, el juego de estos tres estadios posibilita que, quien observa pueda ‘pensar con los ojos y el cuerpo’, ‘escuchar con su cuerpo’, y porque no ‘tocar con sus ojos’, es así como, los zapatos adquieren una *condición abarcante* de composición en cada performance realizada. Comprendidos de esta manera, los Zapatos constituyen el espacio, no sólo porque sean el centro de atención, sino porque son capaces de brindar cohesión compositiva a cada representación, es una cuestión dialéctica ya que al mismo tiempo, los zapatos *tensionan* cuando Zaza-Drag está inmóvil posando y *equilibran* cuando Zaza-Drag inicia cada una de sus performances, necesariamente Zaza-Drag utiliza la estética de los zapatos, para provocar cierto grado de interés cada vez que se hace pública en una performance. Estéticamente procura componer a partir de accesorios y materiales que resulten más interesantes, estimulantes, atractivos, pero a la vez inesperados de tal manera que sus zapatos no pasen desapercibidos, sean el centro de atención. Centrar la atención en los zapatos implica tener en consideración como han dejado de ser signos y como trascienden a la condición de símbolos, tal y como Calvera (2007) propone que su significado es cada vez más de tipo estético no cognitivo. Los zapatos no significan, son. Sería una reflexión derivada de Gadamer (1991: 95), quien propone “en cuanto al sentido del símbolo y de lo simbólico: que en él tiene lugar una especie de paradójica remisión que, a la vez, materializa en sí mismo, e incluso garantiza, el significado al que remite; de ahí que la esencia de lo simbólico consista precisamente en que no está referido a un fin con un significado que haya de alcanzarse intelectualmente, sino que detenta en sí su significado. En la representación que es una obra de arte, no se trata de que la obra de arte represente algo que ella no es; la obra de

arte no es, en ningún sentido, una alegoría, es decir, no dice algo para que así se piense en otra cosa, sino que sólo y precisamente en ella misma puede encontrarse lo que ella tenga que decir". (96). Pero aún profundiza más cuando refiere que la 'representación simbólica' que el arte realiza no precisa de ninguna dependencia determinada de cosas previamente dadas; lo que accede a su representación, sea pobre o rico en connotaciones, o incluso si no tiene ninguna, nos mueve a demorarnos en él y a asentir a él como en una especie de reconocimiento. (93). Cuando se refiere a lo simbólico no sólo se remite al significado, sino que lo hace estar presente: representa el significado. Con el concepto de 'representar' ha de pensarse en el concepto de representación propio del derecho canónico y público. En ellos, la representación no quiere decir que algo esté ahí en lugar de otra cosa, de un modo impropio e indirecto, como si de un sustituto o de un sucedáneo se tratase. Antes bien, lo representado está ello mismo ahí y tal como puede estar ahí en absoluto. En la aplicación del arte se conserva algo de esta existencia en la representación. (90). Así las cosas, los zapatos deben ser fragmento de su presencia. Ella misma está, en el papel representativo que poseen. Es la razón del porqué los zapatos Drag Queen son provocadores ya que son significantes que en sí mismos conservan algo latente, para nuestro caso transgresión, revelación. Significantes, representación está en la misma línea que lo plantea Yvars (1988: 21) cuando nos invita a 'pensar en imágenes', así las cosas, los zapatos Drag Queen no son para pensar o reflexionar son para ver, para experimentarlos, para disfrutarlos, dejándonos llevar a otros mundos así sean transitorios. Los zapatos consecuentemente han de ser juzgados como una experiencia estética, como parte de un acontecimiento, por parte de un sujeto singular y no de hecho universal. Como lo plantea Calvera (2007), el sujeto que experiencia conoce las cosas en los términos de la ontología estructural propia de las cosas. El sujeto está entre las cosas. Los sujetos ya no conocen las cosas; conocen que las están experimentando. La experiencia de mundo dará cuenta de la reconstrucción del sistema de mundo en el interior de mi esfera vital, pero también del horror al vacío que acompaña a la naturaleza humana. En este sentido Moles y Rohmer (1983: 9), proponen que las cosas y los seres -de los que estoy distanciado por las barreras que edifican sin respiro los ritos sociales- se dilatan en la medida de la vacuidad de mi campo de conciencia; ellos lo llenan, lo amueblan y le dan formas reconocibles. Todas estas insignificancias se inflan a la medida del vacío de nuestra vida. Seres y objetos ocupan siempre el conjunto del volumen del campo de conciencia que les es ofrecido. Pero no quiero instalarme directamente en la Drag y en sus zapatos, más bien requiero establecer y reflexionar sobre ese *ámbito relacional* entre los dos (Drag

- zapatos) y el objeto de la performance a realizarse. Tal y como lo plantea Bonsiepe (1998) cuando desarrolla el concepto de 'interfase' que no es un objeto, 'sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta (artefacto) y el objeto de acción'. Las interfases posibilitan la comprensión relacional, del espacio constituido entre las Drag, los zapatos y cada una de sus performances, pero además servirán para diferenciar las Drag, acorde a los zapatos que las constituyen, que las rodean. Las interfases nos muestran los artefactos como significados para su identificación y diferenciación social, o sea que los zapatos Drag Queen tienen un significado social que revela realmente quien es quien. Pero no únicamente revela en la acción al Drag, parafraseando a Gadamer (1991: 91) los zapatos no sólo remiten a algo, sino que en ellos está propiamente aquello a lo que se remite. De otra manera, los zapatos Drag Queen significan un crecimiento en la Drag, al mismo tiempo que su círculo de allegados y el público.

¿Hasta qué punto la posesión de los zapatos, con toda su carga de extravagancia estética se podría considerar kitsch? No realizo la pregunta condicionando el tipo de respuesta. Casi siempre los juicios de valor estéticos de naturaleza docta ningunean algunas representaciones emergentes, sólo por el hecho que estas, no están dentro de sus cánones de análisis estético. Mi interés es habilitar un canal de reflexión alternativo, que arroje elementos de juicio que fortalezca mi análisis. De esta manera, me instalo críticamente en el kitsch, tal y como lo refiere Moles (1990: 32), aceptando que el kitsch es una relación del hombre con las cosas más que una cosa, un adjetivo más que un sustantivo y es, más exactamente, un modo estético de relación con el ambiente; un modo que tiene el hombre de comportarse con las cosas. No tanto, como un concepto universal, familiar, importante, y corresponde sobre todo a una época de génesis estética, a un estilo de ausencia de estilo, a una función de confort sobreañadida a las funciones tradicionales, a un 'nada está de más' del progreso. (9). Mucho menos, mantener que el kitsch es la baratija, una secreción artística originada por la venta de los productos de una sociedad en sus tiendas, que se transforman, junto con las estaciones, en verdaderos templos; es un fenómeno social universal, permanente. (10). La posición Kitsch se sitúa entre la moda y el conservadurismo, como la aceptación de 'la mayoría'. En este sentido el Kitsch es esencialmente democrático: es el arte aceptable, lo que no nos choca por su trascendencia exterior a la vida cotidiana, por un esfuerzo que nos supera, sobre todo si nos obliga a superarnos a nosotros mismos. El Kitsch está hecho a la medida del hombre, y cuando el

arte es desmesurado, el Kitsch diluye la originalidad en un grado suficiente como para que todos acepten. (32). A cambio es de nuestro interés instalarnos en una relación que deje manifiesta cierto tipo de 'actitud kitsch', tal y como lo refiere Moles. (1990: 22)

"La actitud Kitsch, será uno de esos modos de relación con el conjunto de la vida material (...) Habla de una cultura burguesa, transformada ante nuestros ojos en una sociedad de masas, que hace del medio cotidiano un flujo permanente, más que un sedimento durable, desarrolla la relación Kitsch como un tipo estable de vínculo entre el hombre y su medio, medio artificial en lo sucesivo, lleno de objetos y de formas permanentes a pesar de su carácter efímero". (Moles 1990, 22)

En la actitud kitsch hay una revelación y el crecimiento de la Drag que fundamentan la provocación de los zapatos Drag Queen y todas sus orbitas -vestuario, corporalidad, performance, escenario, entre otras- nos hablan de provocación, por medio de metáforas instaladas en la sexualidad, y en el deseo. Los zapatos que provocan, que son trasgresores de nuevas corporalidades, acorde a los planteamientos de Butler. (2007: 159)

"El carácter imaginario del deseo, evidentemente, no se limita a la identidad transexual; la naturaleza fantasmática del deseo pone de manifiesto que el cuerpo no es su base ni su causa, sino su ocasión y su objeto. La táctica del deseo es en parte la transfiguración del cuerpo deseante en sí. En realidad, para desear puede ser necesario creer en un yo corporal modificado que, dentro de las normas de género de lo imaginario, puede amoldarse a las exigencias de un cuerpo capaz de desear". (Butler, 2007, pág. 159)

Sexualidad, deseo y corporalidad, será el carácter del aura de la interfase que los Zapatos provocan. Como significados sexualidad, deseo y corporalidad serán relacionados por los zapatos Drag Queen. Los zapatos proporcionan placer y mediante el placer, tal y como lo plantea Moles (1990: 78) permiten acceder a exigencias suplementarias y pasar de la sentimentalidad a la sensación. Los zapatos aportan al Drag, una función de placer, o más bien de espontaneidad en el placer, extraña a la idea de belleza o de fealdad trascendentes y le aporta asimismo la participación limitada e indirecta en la extravagancia. Lo extravagante llama la atención ya que marca diferencia y distancia frente a los paradigmas tradicionales de cómo han de ser los zapatos para mujer y para hombre. Aunque con cierto 'recato' Zaza-Drag como transgresora, no debe ser una persona introvertida que le teme al mundo, más bien será una persona con un acento hedonista, en los términos que lo plantea Moles (1990: 57), ya que desde este punto de vista las cosas están hechas para el hombre, hay un placer en las cosas, cierto tipo de placer de tener en la mano ese objeto bello, de acariciarlo, de quererlo; hay una sensualidad de los objetos y ella forma parte del sensualismo general. (Véase figura 5-3)

Figura 5-3: Zapatos Drag Queen Yara Aristizábal.



Fuente: Propia.

El modo posesivo, en donde el ser es coextensivo de sus adquisiciones, la voluntad del poderío del hombre se centra en el aumento de sus posesiones. No solamente por su precio, los zapatos Drag Queen se atesoran, se coleccionan, se cuidan para poderlos exhibir, siempre en las mejores condiciones, en las performances donde sean necesarios. Moles (1990), plantea cierto tipo de *alienación posesiva*, que transforma al hombre en prisionero del cascarón de objetos que segrega a su alrededor durante toda su vida, en la intimidad de su espacio personal.

Los zapatos Drag Queen son provocadores porque son el reflejo de una actitud crítica - emergente hacia el mundo, una actitud no timorata ni de borde, una actitud transgresora, necesariamente desmesurada, exuberante y porque no extravagante. Es una manera retadora, que representa la manera como los drags se comportan no solamente con el mundo, con la condición humana y con la apariencia de las cosas. Son provocadores porque parte del criterio que las personas ya no conocen las cosas, conocen que las están experimentando, dicha experiencia no deberá de ser reflexiva, más bien será de orden estético, ya que los zapatos logran trascender su constitución como signo hacia la condición de símbolos, en ese sentido los zapatos no significan sino son en sí mismos. Son provocadores porque procuran disminuir o cerrar las barreras creadas por los ritos sociales entre las personas y las cosas. Logran provocar a los espectadores, instalándose en el uso de los sensoriums visibilidad (pensar con los ojos y el cuerpo), audibilidad (escuchar el cuerpo) y tactilidad (tocar con los ojos).

5.2.4 Los Zapatos que Convocan

Quienes constituyen los zapatos inicialmente son las Drag, pero quien termina de consolidar el circuito es el público a quien va dirigido la performance. En la misma línea plantea Virilio (1998: 10), que la veracidad de los Zapatos Drag Queen va a depender del movimiento del ojo (y eventualmente del cuerpo) del testigo que, para sentir el zapato con un máximo de claridad, debe llevar a cabo un número considerable de movimientos minúsculos y rápidos de un punto al otro del zapato. De otra manera, si esta movilidad ocular se transforma en fijeza “debido a algún instrumento óptico o a alguna mala costumbre”, se ignoran y destruyen las condiciones necesarias para la sensación y la visión natural debido a su avidez ansiosa por captar el todo que es ver más y lo mejor posible, el sujeto descuida los únicos medios de conseguirlo. La Drag no puede permitir, por mucho tiempo, una mirada fija - efecto Gorgona²³- razón por lo cual su performance deberá ser dinámica, de alta movilidad, forzando que la mirada del auditorio no descansa. La interacción de su performance en un escenario hacía un público en particular, posibilita que Zaza-Drag experimente maneras de amplificar el espacio, de lentificar el tiempo a través del juego de movimientos deslizantes, flotantes o porque no supraterranales. La manera como Zaza-Drag favorece la reunión, el encuentro con su público, se instala en la estrategia que puede dimensionar con anterioridad cual va a ser el impacto de la performance. Claro, hay que aclarar que la performance no sólo está definida por el momento de la gala, en momento alguno, Zaza-Drag es toda una performance en sí. De esta manera, pequeñas y micro acciones harán parte de una actuación general: su corporalidad acentuada al caminar, su vestimenta, pero especialmente sus Zapatos Drag Queen integran constantemente su naturaleza Drag. Todo ese ensamblaje tiene un costo no solamente económico, físico sino anímico y es que, ante tanta intensidad corporal el dolor y la incomodidad se hacen presentes. Hay un dicho que refiere, que ‘la belleza duele’, y Zaza-Drag no puede escapar de esta condición.

Por altura. Por exageración y llamativo. Todo el mundo cuando Zaza Drag llega a un desfile, al último desfile de la comunidad LGBT, bajar el carro y poner el pie, todo el mundo lo ve, como Guau, como camina. Mira esas botas no tienen tacón ¿Cómo hace? ¿No te cansas? Si cansa, pero en medio de que todo está transcurriendo uno le va cogiendo y el dolor no lo siente. Eso es importante. (Drag 2016)

Seguramente la reiteración de la actividad mediante el entrenamiento en el tiempo o como lo llama Zaza-Drag el ‘adiestramiento del personaje’, pueda ayudar a sobrellevar el dolor

²³ Discutido por Paul Virilio.

de la mejor manera. Otro aspecto importante es la manera como gracias a la adquisición de experiencia Zaza-Drag va determinando, para ella, cual es la mejor elección frente a materiales, técnicas, tecnologías acordes al tipo de performance que quiera realizar, pero también acorde a la confortabilidad de lo que se usa. Tomemos el caso del tipo de plataforma a la que mejor se amolda Zaza-Drag, para este caso se presentan dos tipos: uno en donde la plataforma del zapato esta fragmentada en el tacón (parte trasera) y suela (parte delantera) y otra en donde el tacón desaparece (tacón corrido) y se camina solamente con la parte delantera, como si caminara continuamente en punta de pies. (Véase figura 5-4).

Figura 5-4: Zapatos Drag Queen Yara Aristizábal.



Fuente: Propia.

*Si. Si es confortable. Conozco amigos que los pueden manejar muy bien, pero yo en mi perspectiva siento que me siento muy atado. No me da facilidad, cuando se tiene los tacones separados, el delantero y el trasero. Cuando son corridos uno tiene que ir muy sólido caminando, muy estático, en cambio yo a éste lo puedo mover con mucha más facilidad el pie, lo que quiero yo puedo correr. Aunque le soy muy sincero, la primera vez que utilice una plataforma de tacón corrido, todo el mundo pensaba que yo me iba a caer, porque yo corría, yo como sea los **adiestraba a mi personaje**, corría, bajaba escaleras en el evento en el que unos amigos me decían te vas a caer, y no. Ya es como **las ideas que tú le agarres al zapato**, a la bota. (Drag 2016)*

Zaza-Drag tiene bastante claro que cada performance, cada actuación va dirigida a un público determinado y, eso implica considerar con antelación el juego con los cojugadores asistentes a cada gala.

El público cuando voy a un evento a una discoteca, que pueda recochar, a eso me refiero. Yo soy así, dependiendo de la personalidad. (Drag 2016)

Gadamer (1991: 77) nos brinda elementos, en ese sentido, en un juego, todos son cojugadores. Y lo mismo debe valer para el juego de la puesta en escena de los zapatos Drag Queen, a saber, que no hay ninguna separación de principio entre la propia confirmación de los zapatos y el que la experimenta como espectador. Hay que aprender a leer los zapatos que no son familiares y que están más cargadas de significado por los

temas de tradición. Pero leer no consiste en deletrear y en pronunciar una palabra tras otra, sino que significa, sobre todo, ejecutar permanentemente el movimiento hermenéutico que gobierna la expectativa de sentido del todo y que, al final, se cumple desde el individuo en la realización de sentido del todo. Ese sentido hermenéutico se materializa en las acciones de Zaza-Drag cuando caracteriza sus performances como democráticas, a partir del jugar, recochar y del gozo.

Pero como digo yo (...) yo soy más de pueblo, más democrático, del pueblo y para el pueblo: llamar, bailar, jugar, recochar, gozarme el personaje en el que estoy en el momento. (Drag 2016)

Zaza-Drag procura democratizar su actuación, direccionándola hacia su pueblo y utilizando de manera permanente la metáfora del juego, como aura de su presentación. El juego no banaliza la performance, más bien la revitaliza, Gadamer (1991: 67) propone el juego como “una función elemental de la vida humana, como un impulso libre, juego asociado a movimiento de vaivén que se repite continuamente, es decir un movimiento que no está vinculado a fin alguno. Lo que caracteriza el vaivén de acá para allá es que un uno ni otro extremo son la meta del movimiento en el cual vaya a detenerse. Este movimiento forma parte de un espacio de juego. La libertad de los movimientos implica, que este movimiento ha de tener la forma de un auto movimiento”. El juego como fenómeno de *repetición* como tal, está refiriendo a la *identidad*, a la *mismidad*. El fin que resulta es, una conducta libre de fines. (68). Necesariamente el juego de la performance tiene que ser planeado, tiene que ser anticipado, será responsabilidad de cada Drag preverlo, Zaza-Drag aclara como procede.

Claro. Claro. No solo lo pienso lo ejecuto. Lo maquino y me toca adaptarlo para un público. (Drag 2016)

Además de las implicaciones, que conlleva personificar.

Cuando yo estoy en ese personaje, mi ser de hombre queda a un ladito y doy rienda suelta al Drag. (Drag 2016)

Cada Drag procura perfilar en términos identitarios unos personajes a medida que la performance se va constituyendo.

ya que hay muchos perfiles en este medio (...) entonces cada uno va buscando su perfil, yo le aprendí a otro Drag muy reconocido, por tal razón mande a modificar mis botas, porque voy a participar en un evento que hay aquí en Bogotá, entonces, como que el concurso lo exige, entonces es más exigente con uno mismo. Lo hago muy ocasionalmente. (Drag 2016)

Jugar siempre se relaciona con alguien (otredad), es así como Gadamer (1991: 69) exige siempre un ‘jugar-con’, nada ni nadie puede evitar ese ‘jugar-con’. Sólo habrá una recepción real, una experiencia artística real de la obra de arte, para aquel que ‘juega-con’, es decir, para aquel que, con su actividad, realiza un trabajo propio. (72).

... todo el mundo metiendo personajes políticos, sociales, por ejemplo, la tita esa costeña, que iba en una lancha y decía 'mientras yo viva tú no vas a tener tranquilidad' y yo no sé qué, un personaje como esos, todo eso lo va haciendo tú vas metiendo otra parte, hasta que queda un gran show. Lo importante es cómo va comenzando hasta la parte del clímax del show, lo tiene que dar uno todo. (Drag 2016)

La dinámica del juego implica que la performance provoca, desafía, exige respuestas identitarias de aceptación o negación de la representación, de parte del auditorio, del público. La identidad de la performance, 'consiste en la reafirmación que hay algo 'que entender', toda performance, apunta a la construcción de sentido, pretende ser entendida como aquello a lo que 'se refiere'. Es éste un desafío que sale de la performance como 'obra' y que espera ser correspondido. Exige una respuesta que sólo puede dar quien haya aceptado el desafío. Y esta respuesta tiene que ser la suya propia, la que él mismo produce activamente. El cojugador forma parte del juego'. La determinación de la performance como punto de identidad del reconocimiento, de la comprensión entraña, además, que tal identidad se halla enlazada con la variación y con la diferencia. Gadamer (1991: 73), detalla un poco más "toda obra deja al que la recibe un espacio de juego que tiene que rellenar. Ese espacio no resuelto, que llenará el público integra definitivamente a la gente a cada presentación, ya no se habla de una pared entre público y actores, más bien es una membrana permeable, en donde las partes se constituyen a partir de la retroalimentación que brinde la contraparte". Nuevamente se consolida la idea de la interfase de Bonsiepe como otra manera de comprender la naturaleza de dicho espacio co-creado. Pero una interfase contingente que deberá ser tenida en consideración o en la medida de lo posible anticipada, de tal manera que la improvisación en el marco de la performance fluya lo más natural posible. Así lo refiere Zaza-Drag cuando denota la importancia de 'seguir con el espectáculo' a pesar de las adversidades.

... para que digan: cómo se movió, cómo bailo, cómo manejo la botas sin caerse, porque no falta el accidente, donde se me dobla un tacón, como a un amigo que, participando en un concurso, el tacón de la bota se le partió y él, como dicen por ahí el show debe continuar, él cogió dio su bote, cayó al suelo y se paró, como si nada. Entonces, en el momento de romperse la bota, lo que hizo fue dar su bote y sigue con una bota grande y otra pequeña y va cojeando, pero lo supo manejar y gana. (Drag 2016)

De otra parte, Nachmanovitch (2011: 143) propone cómo, a partir de la música, algunos aspectos son alineados de manera sutil pero poderosamente para favorecer la integración, favoreciendo la desaparición de la distancia entre el ejecutante (Drag) y el público, ligando, integrando por momentos al auditorio a la experiencia del mundo del ejecutante (Drag).

"... al improvisar música para el público: aprender a detectar y amplificar la respiración colectiva, que, a medida que la experiencia prosigue, se hace más sincronizada, más profunda. Hay una cualidad de energía en el ambiente que es muy personal y particular de esas personas, esa habitación y ese momento. Como en el caso de controlar las respuestas autónomas del cuerpo por el feed-back biológico, no sabemos exactamente cómo sucede, pero sabemos que sucede. Los seres separados del público y los ejecutantes pueden desaparecer, y en esos momentos hay una especie de

complicidad secreta entre nosotros. Percibimos miradas en los ojos de los otros y nos vemos todos como uno solo. Nuestras mentes y nuestros corazones se mueven juntos con el ritmo. Es más probable que esto suceda en actuaciones informales donde no hay escenario ni lugar fijo para sentarse que impongan una separación dualista entre los ejecutantes activos y el público pasivo. A través de las alineaciones sutiles pero poderosas, el público, el entorno y los ejecutantes se ligan en un todo que se organiza a sí mismo. Hasta los perros que pueda haber en la habitación se alinean. Descubrimos juntos y al mismo tiempo la escena emocional y rítmica que se despliega. Los límites de la piel se tornan semipermeables, después irrelevantes; los ejecutantes, el público, los instrumentos, la habitación, la noche puertas afuera, el espacio, se convierten en un único ser palpitante". (Nachmanovitch 2011, 143)

¿De qué manera se puede estructurar la performance, en términos de acciones particulares, para que resulte memorable? Zaza-drag nos brinda algunas pistas.

Todo comienza con algo muy lento, entonces hay que ver la canción del momento, el personaje del momento, las vivencias del momento, por ejemplo, podemos estar hablando de un show que vaya comenzando muy romántico hasta llegar a todo el nivel que es una electrónica, un boom. (Drag 2016)

Cada uno de los momentos referidos implica un estudio previo además de considerar el tipo de experiencia que se desea compartir, ahora la experiencia debe ser resuelta en términos de los recursos que haya a la mano -recordar toda la infraestructura requerida para el montaje de la performance realizada por Drag-Sethlas además del protagonismo de su zapatos Drag Queen- a la vez no se puede descuidar el manejo de los tiempos, no solamente de cada uno de los momentos sino de la totalidad de la performance, normalmente estas no superan los 10 minutos, pero es un tiempo de altísima movilidad. Los zapatos Drag Queen han de 'aguantar' el extensivo uso al son sometidos en cada performance. Se sabe que no son zapatos para la cotidianidad, más bien están pensados para ser usados de manera intensiva en ocasiones performativas especiales: concursos, presentaciones, desfiles, entre otras. Pero los zapatos han de posibilitar su uso y reutilización cuando las condiciones lo ameriten, debido al costo de los zapatos, algunas veces se hace necesario 'ajustar', adecuar, actualizar los zapatos a cada Gala, es una manera de que los zapatos Drag Queen puedan extender su perdurabilidad, como respuesta a tanta obsolescencia programada en los objetos en la actualidad.

Por ejemplo, cuando mande hacer estas no estaba el Drag recalcado, estaba un personaje de Halloween, que era un 'fauno', entonces las mande hacer. Ahora viendo que voy a participar en ese evento, mande alargar un poco más la caña, para así hacerla un poco más femeninas y poderlas seguir utilizando, porque las botas están en perfecto estado. (Drag 2016)

Ante la pregunta sobre los costos de sus zapatos y la posibilidad de traerlos del exterior Zaza-Drag no duda en asegurar que hay un valor agregado en cuanto al trabajo sobre medida, además de la posibilidad siempre latente de negociar la forma que se realiza en Calzado Yara Aristizábal esto aunado a la calidad de los materiales que garantizan buena perdurabilidad. Siempre existe la posibilidad de solicitarlos por internet o mandarlos traer,

por ejemplo, Drag-Eiko (2017) comenta que en España un par de zapatos Drag pueden estar alrededor de 1.200 euros. Necesariamente se deberá garantizar cierto tipo de perdurabilidad de los zapatos Drag Queen, esto aunado a las posibles colecciones de zapatos de repuesto que pueda acumular cada Drag. Aquí existe otra situación que vale la pena destacar y es la perdurabilidad de la experiencia. La perdurabilidad de la experiencia es un aspecto fundamental en la performance para que posibiliten en las personas, el deseo de volverlos a ver, de volverlos a experimentar. La perdurabilidad y el manejo de los ritmos temporales va en contra de la obsolescencia programada de los objetos en la actualidad. ¿Cómo se puede sostener alguna identidad, en plena época de la efemeridad? Este cuestionamiento disloca la preocupación en torno ya no de cómo se construye identidad sino como se preserva. Es paradójico, ya que la performance es efímera pero lo que se busca es cual rayo, dejar tocados a los espectadores, instalados en la condición de provocación, de tal manera, que se consolide el deseo por parte del espectador, de volver a ver la performance. Esto se alcanza cuando la performance toca a cada espectador para lo cual Gardner (2011) integra el concepto de belleza, aunque está en el objeto (para nuestro caso los Zapatos Drag Queen y la performance) que desencadenan, que convocan cierto tipo de emociones en quien lo observa, 'al estipular la belleza, indicamos que la contemplación del objeto nos produce placer, una sensación cálida y positiva, una suerte de 'cosquilleo'. "Al percibir el objeto como bello, nos satisface mantener una distancia respecto de dicho objeto. El objeto proyecta y retiene un poder definido. Solemos volver a observar el objeto bello periódicamente. Con el fin de recrear o incluso amplificar la sensación placentera. La belleza se revela durante una experiencia con un objeto. Claro está que el impulso por volver a ver la obra algunas veces no viene de nosotros mismos, sino que las reacciones de otras personas respetadas invitan a reconsiderar una postura inicial y, tal vez final, inducen a la conclusión de que la obra es realmente bella". (82). Cuando una entidad o experiencia se percibe como bella, "uno mantiene el control y guarda la distancia; cuando una entidad o experiencia induce sobrecogimiento, uno se siente abrumado, dominado, con mucho menos control". (76). "Los objetos que interesan tienen forma memorable, invitan a efectuar ulteriores visitas y, con un poco de suerte, evocan experiencias de belleza frecuentes, aunque no totalmente predecibles". (92). Es interesante la manera como Gadamer (1991: 71) relaciona lo bello con un tipo particular de identidad, con el juego del arte, en una obra.

"La obediencia a las reglas que el juego mismo se plantea, la identidad de lo que se pretende repetir. Así que allí estaba ya en juego algo así como la identidad hermenéutica, y ésta permanece

absolutamente intangible para el juego del arte. Es un error creer que la unidad de la obra significa su clausura frente al que se dirige a ella y al que ella alcanza. La identidad hermenéutica de la obra tiene un fundamento mucho más profundo. Incluso lo más efímero e irreplicable, cuando aparece o se valora en cuanto a experiencia estética, es referido en su mismidad (...) es la identidad hermenéutica la que funda la unidad de la obra. En tanto que ser que comprende, tengo que identificar. Pues ahí había algo que he juzgado, que 'he comprendido'. Yo identifico algo como lo que ha sido o como lo que es, y solo esa identidad constituye el sentido de la obra". (Gadamer 1991, 71).

Por último, el convocar no deja de traer alguna que otra dificultad, sobre todo por la actitud no solamente de Zaza-Drag, sino de las drags en general, paradójicamente la dificultad deviene de la interacción con otras drags, más que con el público.

yo soy un Drag, los Drag nos caracterizamos por las cosas grandes, entonces ahí siempre hemos tenido rivalidad. (Drag 2016)

En particular Zaza-Drag refiere una situación, que ilustra parte de su actitud.

Por ejemplo, ahorita en Melgar hubo un evento, donde dicen 'Concurso de Drag' y salen niños participando con botas de mujer, hay que tener en cuenta que manejar una bota de 20 centímetros, un tacón de 20 centímetros no es lo mismo que manejar un tacón de 15 centímetros, obvio que va a haber mucha más facilidad y el Drag siempre se va a caracterizar, es una pelea, un punto. Yo no participo en esos reinados, porque efectivamente paso eso, fue un Drag de los del grupo que yo conformo y en la publicidad dijeron todos con plataforma, cuando llego la primera salida, veo una participante con tacón de mujer, entonces dijo no, yo me salgo, porque esto no es para mí, esto es una payasada. (Drag 2016)

Esto da cuenta de la seriedad con la que se asume la condición Drag, para cualquiera de nosotros pensar en la sola diferencia del tacón de cinco centímetros puede ser trivial, pero para ellos no, para ellos es transcendental. Así como el caso de que los Zapatos sean más de mujer, que aquellos pensados para evocar la mujer, definidos en instalarse en la provocación y resueltos para que convoquen a muchos espectadores.

Los zapatos Drag Queen convocan ya que son el centro de atención de cualquier performance Drag. Los zapatos posibilitan cualquier naturaleza de performance a realizar, los zapatos potencian, no se podría pensar gala alguna sin la presencia de los zapatos y sus características: el cambio de altura, la limitación de movimiento corporal; al interior de cada performance, los zapatos son el fulcro o mejor dicho el elemento que diferencia y llama la atención. Ahora comprender los zapatos de manera integrada a la performance es natural, ambos requieren de testigos o cojugadores, cada performance debe potenciar el jugar – con, invitar a participar, no considerar que quienes hacen las veces de auditorio, son pasivos, al contrario, mediante la instalación de gala y de la experiencia de coparticipar, pero es la no distinción, como lo plantea Gadamer (1991: 79), que entre el modo particular en que una performance se interpreta y la identidad misma que hay detrás de la performance lo que constituye la 'experiencia artística'. Además, que siempre es

cierto que la obra como performance habla, en lo que es, cada vez de un modo especial y sin embargo como ella misma, incluso en encuentros reiterados y variados con la misma obra. Se espera que de cada performance quede un germen, una huella en cada asistente, de tal manera que se motiven a volver a visitar o ver nuevamente tanto los zapatos como la performance. No se puede entender la naturaleza de los zapatos y la apariencia de estos sin la coparticipación de los otros que no son drags. Cada performance puede garantizar una revelación en quien la presencia y la co-construye, tal y como lo ilustra Gadamer (1991: 161), la 'transformación es una construcción'. El juego es una construcción; esta tesis quiere decir que a pesar de su referencia a que se lo represente se trata de un todo significativo, que como tal puede ser representado repetidamente y ser entendido en su sentido. Pero la construcción es también juego, porque, a pesar de esta su unidad ideal, sólo alcanza su ser pleno cuando se lo juega en cada caso.

No existe una única manera de abordar la creatividad. Como campo epistemológico posibilita que la naturaleza de las relaciones de quien se aproxima depende en buena medida de su visión de mundo, de su vida vivida, en otras palabras, de su experiencia. En este sentido se posibilitan muchos umbrales de aproximación y tránsito. La creatividad performativa situada en este artículo se construye a partir de las acciones de mundo de Zaza-Drag y dan cuenta de identidad y de estilo, pero al mismo tiempo del 'estilo de pensamiento' como jugada -parología- de exponerse al mundo. La perspectiva de lo creativo no se refiere únicamente a las capacidades de ciertos individuos de develar verdades ocultas, refleja también que en un ambiente y objeto - producto señalado, se tejen una serie de relaciones, se potencian negociaciones en torno a la identidad de productores y usuarios, que involucran ciertos grados de inclusión en una red de diversos actores. A partir de una mirada ampliada en el campo social, cultural y político se pudo comprender las lógicas de construcción de *conocimientos y hechos creativos performativos*, sobre todo cuando se habla de descubrimiento, novedad y originalidad, a partir de la configuración diversas identidades sobre una identidad, la de Zaza-Drag.

6. Los Zapatos Drag Queen

Cuando se inició el trabajo sobre los 'Umbrales de la Creatividad' lo único que sabía es que iba a trabajar con zapatos y en el barrio Restrepo, a comienzos de 2014 mi directora de tesis la profesora Olga Restrepo, me comento de la existencia de un programa especial de televisión sobre 'zapatos de mujer, pero para hombres', después de una ardua búsqueda logré descubrir el programa 'Que el mundo lo sepa' y el capítulo en específico 'Los tacones soñados' emitido por el canal institucional Señal Colombia (2013), el programa trataba el tema de los zapatos Drag Queen. Perfilar no sólo el discurso sino las búsquedas, teniendo la perspectiva de los zapatos Drag Queen, abrió nuevos derroteros que perfilaron la investigación. Hallazgos tales como la película *Kinky Boots* (2006), el museo virtual del zapato 'Virtual shoes Museum' con url: <http://www.virtualshoemuseum.com/> y la revisión del catálogo 'SHOEting Stars / Der Schuh in Kunst und Design / KUNST HAUS WIEN / 18 Juni – 5 Oktober 2014'. Con el paso del tiempo se fueron sumando más libros de referencia, gracias al profesor Álvaro Forero conocí los libros 'Shoes: Fashion & desire' de Abellan (2011) y luego el libro "zapatos de caballero: hecho a mano" de Vass (2006), sobre todo con este último libro ocurrió un hecho anecdótico, después de decirme en varias ocasiones Don José, que tenía en su poder las copias de un manual que trabajaban algunos instructores del SENA, algún día me permitió ojear dichas copias, resultando ser del libro de Vass (2006). Tanto los programas, la película y los libros aportaron a su manera, elementos de juicio para caracterizar detalladamente la naturaleza de los zapatos. También su abordaje favoreció realizar análisis a partir de las relaciones denotadas entre identidad, productor, usuario ambiente, producto, normatividad. A partir de los datos tanto de las entrevistas y de la etnografía, junto a las reflexiones y con la fundamentación de algunos documentos se consolidará un marco referencial, aspecto significativo en la caracterización de las dinámicas de la construcción de conocimiento creativo al interior de la pequeña organización. Al mismo tiempo permitieron identificar aspectos desde las relaciones: organización, tecnología, el diseño y transmisión de conocimiento. Es decir, desde estas relaciones y configuraciones presentadas, por parte de creatividad y el conocimiento y los diversos actores de la MiPyme. De ese modo, a través de los repertorios empleados por los actores fue posible llegar al proyecto de estructuración de orden social, y de ese modo al proyecto construcción social de conocimiento creativo en la organización.

Los zapatos Drag Queen, son el centro de reflexión e ilación del presente documento. Gracias a ellos pude conocer la naturaleza y las técnicas de la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, comprendí que es posible mirar los problemas con ayuda de las retóricas sociales, culturales, políticas, económicas, tecnológicas, entre otras. Conocí a Zaza-Drag, a Doña Teresa y su hija Yara Aristizábal además de su MiPyme: Calzado Jhorbam y que luego se denominaría Calzado Yara Aristizábal. Pude establecer contacto con el Productor Don José, pero también con Don Jorge Acero y otros productores satélites. Tuve la oportunidad de reconocer la importancia de las vendedoras y su administradora Doña Graciela. En todo este tiempo de acompañamiento conocí sus instalaciones de comercio sobre la calle 17 sur, al tiempo que nuevamente tuve la oportunidad de volver a visitar el barrio Restrepo al sur de la ciudad de Bogotá. A la par, trabajar con los zapatos Drag Queen posibilitó que reconociera la importancia de la cadena sectorial del cuero calzado y la marroquinería de paso permitió hablar de creatividad situada, identidad, política, red socio técnica a red socio creativa, contingencia, construcción social de conocimiento creativo, entre otras. Además, su abordaje favorece la construcción de las retóricas que dan cuenta de los 'Umbrales de la Creatividad', en términos de representación de aquellos aspectos que inciden en la determinación negociada por parte de los actores, de la identidad, la coproducción y la performatividad; con el producto zapatos Drag Queen, en las micro - pequeñas organizaciones productivas (MiPyme). Dando cuenta al interior de la organización de los productores, los usuarios, el ambiente, la normatividad y de su incidencia en los procesos de construcción social del conocimiento creativo.

6.1 Primeras referencias

¿Cómo ha de ser un zapato Drag Queen? ¿Hasta dónde lo estético negocia con lo funcional? Como objeto de uso cotidiano, el zapato está pensado para negociar constantemente con el piso y el cuerpo humano, en términos de Bonsiepe es la interfase entre el suelo y el cuerpo. Los zapatos deben permitir el desplazamiento o ciertas acciones para los que han sido pensados, siempre de manera confortable. Existe una predisposición o una especie de 'sentido común' en cuanto a la estética de los zapatos tanto para mujeres como para hombres. En el ámbito del diseño se acostumbra a transgredir a llevar más allá las posibilidades formales de lo que pueden ser los zapatos. Tomemos en consideración los siguientes ejemplos de desarrollo **conceptual** de algunas propuestas alternativas de

zapatos. Los zapatos han sido desarrollados por los diseñadores Javier Gasco (Por los mares de China), Chau Har Lee (Yuk001) y Rachel de Kler (Moonwalkers) tomados de Abellán (2011). (Véase figura 6-1)

Figura 6-1: Desarrollos conceptuales de algunos zapatos para mujer.



Fuente: (Abellán, 2011)

Aunque en las anteriores propuestas conceptuales de zapatos femeninos hay un referente femenino ‘sutil’ ya sea por el manejo compositivo de los materiales, favorecido por el contraste no solo de colores sino de texturas, sobre todo en las propuestas de Gasco y de Kler, hay un manejo integrado de los mismos aspectos, pero con el mismo material desarrollado en la propuesta de Har Lee, esto demuestra la variedad de posibilidades a explorar en términos compositivos por los diseñadores. Es de destacar, el manejo de las alturas en las propuestas de Har Lee y de Kler, dicha variable le otorga a cada una de las propuestas un sentido de esbeltez diferenciado. Una propuesta que evoca el zapato femenino, de manera más acentuada compositivamente hablando, es la presentada a continuación en la figura 6-2 de la diseñadora ATTaLai ZiTa denominada Dragón.

Figura 6-2: Propuesta de Zapato femenino de ATTaLai ZiTa (Dragón)



Fuente: (Abellán 2011)

Las anteriores propuestas, aunque en cierta medida transgresoras del paradigma tradicional de los zapatos, procuran guardar un equilibrio (simetría) entre lo estético y lo

funcional. Aparte de tener un carácter estético diferenciado, sirven para ser usados. Dentro del ámbito del diseño existe otras vertientes más apegadas a lo artístico, cuyas obras tendrán una amplia carga de sensibilidad estética, muchas veces, el principio funcional de uso pasará a un tercer o cuarto grado de importancia. Predomina más el impacto sensible al espectador, la experiencia estética. Véase para tal fin la figura 6-3.

Figura 6-3: Propuesta de zapatos 'artísticos'



Fuente: Auf Schritt und Tritt (2014)

Las dos propuestas estéticas presentadas se instalan en la frontera de la transgresión. En términos de *flexibilidad*²⁴ desbordan en la distancia al paradigma establecido. La primera porque explora materiales semánticamente fríos (metales) aunado a una engañosa simplicidad formal y que propone un gesto de calce y uso completamente diferente. La segunda evoca inmediatamente alguna propuesta de Salvador Dalí, cuando utilizaba como sombrero algún tipo de zapato, recontextualizar el zapato a partir de la corporalidad posibilita la exploración de otras partes del cuerpo para el uso del zapato, la idea de utilizarlo en la cara es dicente, ya que se presta a interpretarse como antifaz, por último, se usa un zapato femenino en la corporalidad masculina, procurando romper aquellos prejuicios acerca de los géneros. Cuando nos situamos en los zapatos Drag Queen, se evidencia un fuerte interés porque los zapatos sean funcionales, performativamente hablando a la par que en la atmósfera de la performance los zapatos estéticamente llamen la atención. Esto provoca una tensión interesante a ser tenida en consideración ya que los mismos zapatos Drag Queen deberán dar respuesta a dos inquietudes ¿Qué quieren ser

²⁴ Asociada a la capacidad de tomar distancia frente al paradigma establecido.

los zapatos Drag Queen? Y ¿Qué pueden ser los zapatos Drag Queen? Inquietudes instaladas desde el *querer* y el *poder*, aspectos que se revisarán a continuación.

6.2 Qué quieren ser los Zapatos Drag Queen.

¿Qué quieren ser los zapatos Drag Queen? Es una interesante inquietud que nos provee la investigación y que intentaré responder. Los zapatos Drag Queen quieren canalizar buena parte de lo que las Drags quieren decirle y mostrarle al mundo. Los zapatos harán parte de la *mundanidad* del mundo de ellos. Es la manera como dispositivaban en parte su identidad. Los zapatos quieren instalarse en el terreno de la evocación y la provocación a partir de acciones definidas entorno del símbolo y del juego, todo esto en el marco de la performatividad. Los zapatos Drag Queen quieren ser performativos. Se sabe que ‘una golondrina no hace verano’ así que sólo los zapatos no hacen lo performativo, pero es el eje fundacional de la experiencia performativa, es necesario consolidar una serie de factores, circunstancias, objetos, corporalidades que alineados de una manera particular constituyen la atmósfera Drag que ellos quieren comunicar. Atmósferas que se instalan desde la transgresión –recuérdese las galas de Drag Sethlas- hasta atmósferas un poco más triviales instaladas en la comicidad y ‘la recocha’ –recuérdese las galas de Zaza-Drag.

Recuerdo con claridad la primera vez que escuche de este tipo particular de zapatos, fue con la señora Rosa Tocancipá, ella hacía la referencia de un peluquero de nombre Antonio que se mandó hacer unos zapatos que ‘parecía un casco de vaca’, decía Doña Rosa.

Yo me acuerdo de que de los primeros zapatos que se hicieron fue a un diseñador Antonio, era un peluquero, que quería concursar en Nueva York, pues él tenía su peluquería aquí y allá, se me escapa el apellido, a él fue de los primeros que se le hizo una bota que parecía un casco de vaca, fue espectacular, él quedo super contento. De los clientes que mandaba él, pues extasiados con esa forma como le quedo, porque él se iba a disfrazar mitad hombre mitad animal, entonces ese disfraz fue espectacular. (Tocancipá 2016)

No puedo negar que la idea de unos zapatos Drag Queen que tuvieran forma de casco de animal me inquietaba, más aún su posible estética era sugerente para mi imaginación. Cuando tuve la oportunidad de entrevistar al ‘solador’ Don Jorge Acero, uno de los trabajadores satélites que anteriormente trabajaba de planta con Doña Teresa luego con Yara Aristizábal. Don Jorge intentaba explicarme la diferencia entre un zapato de tacón corrido con un zapato de tacón virtual, aseveraba Don Jorge, con respecto a los zapatos con ese tipo de presentación.

Van sin tacón. Eso va sin tacón, que se puede caminar y utilizar normal. (Acero 2016)

Luego corroboraba algunas características del tipo de tacón virtual.

Bueno, porque la base del equilibrio está en el centro y en la dimensión y en la estabilidad que usted le dé a la plataforma. Si usted le deja un desnivel acá atrás en la plataforma tiende a irse de para atrás. Entonces uno trabaja, primero lo que es la plantilla reforzándola y dándole el equilibrio acá en el centro que eso se va con un cambrión. Y ya aquí, la microporosa se empieza a trabajar desde este punto y sacando lo más largueta que se pueda para darle, porque esto, si se deja muy cortico no va a dar equilibrio. Y acá atrás lo que va es la base, cosa que al colocarse usted el zapato sienta y apoye firme. (Acero 2016)

Remataba haciendo referencia a algún trabajo que había entregado hace tiempo.

En este momento, hasta la semana pasada se hizo bastante. Que fue zapatos sin tacón. Que querían como especie unos cascos de caballo, entonces me tocó hacer eso. (Acero 2016)

La gran ventaja para mí es que Don Jorge siempre acostumbra a guardar un registro en la cámara de su celular de los trabajos entregados.

Estos son los que le digo de Drag Queen que fueron cascos de caballo, que adelante la plataforma tiene 21cm. (Acero 2016)

Allí me permitió registrar las imágenes de su celular, más tarde descubriría que son los zapatos de Zaza-Drag, otro aspecto que identifique luego fue que la altura máxima de la bota iba hasta debajo de la rodilla. (Véase figura 6-4)

Figura 6-4: Zapatos Drag Queen con forma de ‘cascos de caballo’



Fuente: teléfono Jorge Acero.

De otra parte, lo anterior lo ligo con lo que Zaza-Drag me hablaba de sus zapatos Drag Queen para Halloween, con forma de ‘fauno’.

... Mandé hacer otras, ahora mandé hacer las del ‘fauno’ y ¿Qué pasa? Nunca he tenido queja. (Drag 2016)

Pero Zaza-Drag mando elaborar un solo par de Zapatos con esa apariencia, mando elaborar dos pares.

Mandamos hacer dos pares, creo que en Bogotá sólo hay dos pares de botas: blancas y las negras, las de mi expareja y las mías, no he visto más. (Drag 2016).

Al momento de calzar sus zapatos Drag Queen para 'fauno' (véase figura 6-5), el gerente se transforma en Zaza-Drag, su corporalidad cambia, la manera de hablar se ajusta, toda ella irradia y abarca el espacio, logrando constituir, en buena parte su atmósfera Drag. Un detalle particular, noté que los zapatos tenían dos maneras de unir: una por cremallera y otra mediante los cordones, no pude dejar de preguntarle a Zaza-Drag, acerca de la mejor técnica para unir ¿el cordón o la cremallera? Zaza-Drag contesta.

¿Qué pasa? Nada es seguro en esta vida, entonces le vamos asegurando por un lado yo diría por doble seguridad y comodidad. ¿Por qué? Para colocármelas, en el momento ya, por ejemplo, ya me las coloqué de carrera, ya después tengo que volverlas a poner, y con el cordón las dejo seguras, y solamente bajo la cremallera. Cuando me las vuelvo a poner, no tengo necesidad de utilizar el cordón sino la cremallera, y quedan más seguras. (Drag 2016)

Figura 6-5: Zapatos de Zaza-Drag que evocan un fauno.



Fuente: Propia.

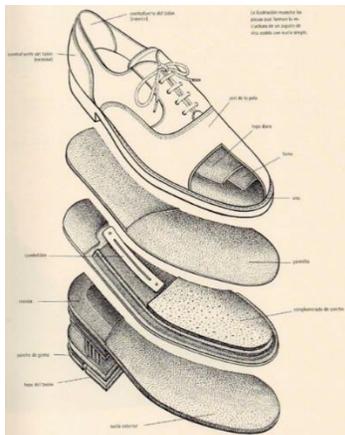
A diferencia de los zapatos mostrados en la figura 6-4, los Zapatos que me enseña Zaza Drag han sido adecuados, ajustados para que abracen cada pierna, por encima de la rodilla. (Véase figura 6-5). Una reflexión es obligada, en cuanto al tipo de complejidad del zapato Drag Queen que voy descubriendo al paso de la investigación, sobre todo complejidad de tipo formal y funcional brindan pistas de la manera como los zapatos dispositivan la transgresión demarcado del carácter de los zapatos de Zaza-Drag a los que

les procuro reconstruir su trazabilidad. Como se había retomado con anterioridad, el carácter del abordaje émico utilizado aunado a valor contingente de la construcción social del conocimiento creativo, posibilitaron encontrarse con dicho par de zapatos. Zapatos no tan complejos formalmente, debido a que están pensados más como segunda piel, más funcional que formal. La complejidad se manifiesta en no poseer tacón y posibilitar un tipo de desplazamiento, pero con un tipo de tacón virtual. Otro aspecto para tener en consideración tiene que ver con lo mimético de la forma de zapatos, mientras que para unos eran zapatos como cascos de caballo, para otros eran la remembranza de un 'fauno'. No es interés de este estudio entrar a profundizar acerca de las diferencias entre los modelos encontrados frente al modelo encontrado en el estudio. Pero si reafirmar que la identidad de Zaza-Drag que denota cierto tipo de 'recato' expresado en términos de su estilo 'sencillo pero exagerado' da cuenta final de la forma y naturaleza de sus zapatos Drag Queen.

6.3 Qué Pueden ser los Zapatos para Drag Queen.

Una de mis primeras inquietudes frente a la apariencia de los zapatos Drag Queen, se instalaba en la perspectiva técnica, que deriva en aspectos funcionales e incide hasta dónde puede llevarse lo estético o viceversa. Con el ánimo de tomar una idea de la complejidad técnica de la elaboración de los zapatos a continuación se comparte el despiece técnico de un zapato clásico para hombre, préstese atención a la cantidad de partes, pero también dejó abierta la preocupación en cuanto a la manera de unirlos. (Véase figura 6-6).

Figura 6-6: Despiece técnico de un zapato para hombre.



Fuente: (Vass 2006)

Frente a ese poderoso imaginario de las Drags con sus zapatos y a los deseos a veces un poco caprichosos a ojos de los productores, el sustrato técnico marca la diferencia. Lo técnico da cuenta del oficio y al mismo tiempo de la maestría del productor cuando tiene que negociar los requerimientos de la Drag, con las condiciones que ofrece la organización productiva, al mismo tiempo que con los recursos que tiene a la mano además todo esto logra plasmarlo en las propiedades del cuero, además de lograr alturas importantes -por encima de los 20 centímetros- de las plataformas y de paso solucionando problemas de estructura física -rigidez y estabilidad formal- aunado a un bajo peso. Sin demeritar el trabajo de Don José, las soluciones que plantea Don Jorge Acero son importantes para que los zapatos cumplan su finalidad performativa. Don Jorge un hombre curioso, se describe así.

¿Por qué termino en los zapatos...? La verdad, como le comentaba al comienzo. Yo en el estudio fui como muy, muy curioso. Me gustaba como inventar algo, hacer cosas. Más lo que es como la artesanía y todo eso. Yo hacía, me acuerdo en mi niñez, cuadros, yo hacía dibujos y los tallaba y pintaba y pues esto me metió, me metí en esto, porque a mí me gusta. Las cosas raras me gusta hacerlas. Porque a veces sí, se ven complicadas y eso, pero me gusta hacerla, porque yo creo que ya era, ya me conoce, yo digo "sí se puede" así sepa que es complicada, pero se puede hacer. Pero me gusta. Es sólo gusto. O sea, mi trabajo, hoy es día, es lo que me ha dado para vivir, y eso es esto. Y que para mí es una distracción que para mí. O sea, me gusta, ahí sí como dice "ver un zapato, mirar una foto, analizar lo bueno, por dónde empiezo" y bueno, la curiosidad de culminarlo y verlo hecho me motiva. (Acero 2016)

Ante la inquietud de cual había sido su trabajo más complicado Don Jorge responde, sobre la hechura de un tacón con altura variable para un diseñador.

Al moverlo quedaba de una altura y al cerrarlo disminuía la altura. Que fue un tacón complicado. Y ya. El más complicado fue uno que hice hace, yo le pongo por ahí unos tres años, que fue un tacón. O sea, el zapato en sí era muy normal y eso, pero la diferencia era el tacón. Que el tacón tenía como una especie de rosca media vuelta, que al abrir quedaba una figura así, y al cerrar quedaba así. En esta altura quedaba 5 ½ y al abrirlo quedaba 7 ½. Tal vez por eso fue el más complicado que yo haya hecho. (Acero 2016)

Todo este tipo de trabajos complejos se debían realizar manualmente, ya que debido a su naturaleza no son comerciales. (Véase figura 6-7)

Figura 6-7: Don Jorge explicando la complejidad de un tacón.



Fuente: Propia.

Todo eso se hace es manual, muy artesanal. Esto yo se lo entrego para que me haga el favor que me lo modele y después me lo regrese para yo terminar, culminar ahí sí completamente lo que es el zapato. (Acero 2016)

Algo que aprendo con Don Jorge es que muchas veces el proceso de hechura del zapato no empieza con Don José -modelado y guarnición- como yo presumía, sino que en algunos casos se inicia el proceso con Don Jorge, solucionando el problema de la plataforma -del tacón- para hacerlo extensivo luego a Don José.

A esto ya le falta que modelen el corte, ya después me lo entregan y ya después todo esto yo me lo llevo otra vez para empezar a armar lo que es el zapato. Este es un tacón raro. O sea, un tacón que no se consigue (...) Hay que fabricarlo. Hay que hacerlo. Yo hago esto. Yo hago todo esto. O sea, según la figura que traiga el tacón, o lo necesite. Entonces, acorde al dibujo, hacen el molde. Esto es para una estudiante de diseño. (Acero 2016)

Lo anterior denota el proceso de negociación continuo entre Don José y Don Jorge.

Este proceso se trabaja todo lo que es con una horma y se va haciendo todo el proceso. Yo aquí voy armando las figuras y sacándolas. Ya se las traigo a él y él me hace el corte. Sí, porque la esencia del zapato también va en la modelada y el corte. El diseño en sí es también ayuda al corte. Sí, eso es muy equitativo, o sea, es como esto. Ya, lo traigo y qué es lo que digo. Sí, o sea, nosotros nos encargamos. Yo me encargo de traerle eso, él hace su trabajo, después me lo devuelve y yo culmino el trabajo. (Acero 2016)

Él es el que nos da la pauta para hablar del material, de la altura y de las dificultades estructurales del zapato Drag Queen.

6.3.1 El cuero

Uno de los aspectos a partir del cual se quiere marcar diferencia competitiva tanto en el barrio Restrepo y en Calzado Yara Aristizábal es que sus productos son en cuero. Así las cosas, los zapatos Drag Queen se hacen en cuero, acorde al 'diseño' negociado drag-productor, gracias al cuero en los zapatos, se logra mantener un equilibrio de temperatura adecuado, permitiendo que tanto la pierna como el pie puedan transpirar sin dificultad. Otro factor importante es la estabilidad estructural que se traduce en seguridad y confianza en los movimientos de la Drag. Al tiempo el cuero favorece ciertos niveles de confort a quien lo utiliza ya que ante cierto tipo de movimientos no es rígido puede brindar unos grados de flexibilidad, aspecto determinante a la hora de caminar o de realizar alguna acción determinada en el marco de la performance. Aunque Don José y Don Jorge hablan poco acerca del material, pienso que seguramente se debe a que para ellos no hay nada que aclarar ya que lo tienen (el cuero) entrañado, hacen parte de su naturaleza de mundo y utilizan de manera natural para representar negociadamente el mundo de otros. Don José

y Don Jorge, son herederos de una tradición milenaria, como lo ilustra Pounds (1999: 404) “las civilizaciones clásicas también heredaron el arte de curtir el cuero y de utilizarlo para la fabricación de calzado, bolsas, sillas de montar y otros productos. Los griegos utilizaban el cuero para unir las piezas metálicas de sus cascos y armaduras. Además, solían calzar sandalias de cuero. En tiempos de los romanos, el consumo de cuero aumentó mucho, y se crearon ‘fábricas’ o grandes talleres para fabricar productos de cuero para las legiones. El cuero se vio relegado a la confección de calzado y de productos como bolsas, cinturones, escudos e incluso botellas y cubos”. Algo que vale la pena destacar es que ni Don José ni Don Jorge ni ningún otro satélite trabajan el cuero desde su fuente, es decir no lo curten como se hacía en la antigüedad, ellos recurren a la estrategia de comprar el cuero en los sitios de acopio del barrio Restrepo, allí los comerciantes del cuero ofrecen diversidad de cueros que los interesados deben comprar por decímetro cuadrado (dm^2), en las condiciones que lo requieren de color, textura y propiedades físicas acordes a la naturaleza del trabajo que se quiera trabajar. Siguiendo con Pounds (1999: 404) fue en “España medieval que se adoptó la práctica de depilar el cuero y adobarlo hasta que quedaba una sustancia lisa, fina y que podía doblarse, que podía teñirse, repujarse y decorarse. Con él hacían zapatillas, bolsas y elementos decorativos, y, al igual que la seda, era muy caro y estaba destinado a una clientela muy rica. Por lo tanto, el cordobán auténtico no fue nunca un producto artesano rural, sino fruto del trabajo de un especialista urbano de una gran ciudad”. El conocimiento adquirido del manejo del cuero brinda a los productores un carácter diferenciador, sobre el cual pueden traducir buena parte de los requerimientos a las formas negociadas.

6.3.2 Cambio de altura

El cambio de altura en los zapatos Drag Queen se resuelve mediante las plataformas o los tacones, aunque se podrían tener diversas alturas, las que más gustan a las Drags son las que superan los 20 centímetros de altura. Los tacones famosos, veinte y medio a los que hacía referencia Doña Teresa y Yara Aristizábal, Don Jorge hace referencia sobre las tres tipologías de plataformas que se pueden encontrar en los zapatos, que van desde tacones: corridos, de dos apoyos y virtual. Dice Don Jorge con respecto al tacón corrido, mostrado en la figura 6-8.

Esto es lo que nosotros llamamos “corrido”, que esto es lo que va armado a solo microporosa según la altura que lo requiera. (Acero 2016)

Figura 6-8: Ejemplo de tacón corrido, mostrado por Don Jorge.



Fuente: Propia.

En términos de estructura seguramente los tacones corridos son los más estables, pero también brindan seguridad al drag, en cuanto a la movilidad que ellos ofrecen. El gran problema se instala en lo estético, ya que perceptualmente son pesados, independiente de su peso físico real, comunican como si la drag estuviera desplazándose sobre dos ladrillos. Aspecto que puede resultar para algunas performances, dependiendo de los intereses de cada una de las Drags.

El segundo tipo de plataforma se denomina funcionalmente de dos apoyos, ya que la plataforma se divide en dos puntos de apoyo y una luz²⁵ y acá dependiendo de los requerimientos de la Drag la 'luz' puede ser muy amplia o reducida. Si, la luz es amplia, los apoyos se reducirán ostensiblemente, dando lugar a inestabilidad de cualquier dinámica que se desee realizar, en caso de tener una luz mínima estaríamos hablando de una plataforma corrida. Para ilustrar la apariencia de unas plataformas con dos apoyos, Don Jorge hace referencia a los zapatos con estilo 'Soho', véase figura 6-9, donde aparecen ejemplos de plataforma tipo Soho de Don Jorge y otras desarrolladas por Yara Aristizábal.

Trato de guardar las cosas así raras que haga en fotos. Vea, por ejemplo, estos son unos zapatos estilo Soho, pero en tacón media 20, 21cm. (Acero 2016)

Figura 6-9: Ejemplo de Plataformas con dos apoyos.

²⁵ El concepto de 'luz' debe entenderse en el marco de los análisis estructurales, como la distancia entre dos apoyos.



Fuente: teléfono Jorge Acero y propia.

El tercer tipo de plataforma es la denominada plataforma o tacón virtual, en esta desaparece el tacón tradicional y el Zapato únicamente se apoya en la parte delantera del zapato, concentrando todos los esfuerzos físicos, de desplazamiento y acciones performativas, casi en 'punta de pies'. Véanse ejemplos de tacón virtual en figura 6-10 y 6-11.

Figura 6-10: Zapato Tacón virtual.



Fuente: (Abellán 2011)

Esto es lo que llamamos "virtual", (véase figura 5-9) que todo esto va a quedar tapado con el corte, entonces esto es lo que llamamos "virtual" que es lo que yo hago primero, entrego a él, después que él me haga el corte me lo regresa y ahí sí termino y lo que es el proceso y la culminación del zapato. Ya directamente para entregárselo al cliente. (Acero 2016)

Figura 6-11: Detalle de la plataforma virtual de Zaza-Drag.



Fuente: Propia.

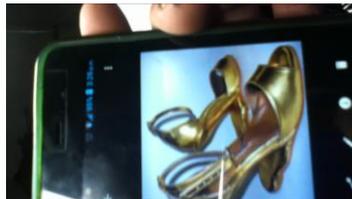
Vale la pena recordar que decía Zaza-Drag de sus zapatos y de cierta manera los sacrificios de usar sus zapatos Drag Queen de fauno.

Cuando son corridos uno tiene que ir muy sólido caminando, muy estático, en cambio yo a éste lo puedo mover con mucha más facilidad el pie, lo que quiero yo puedo correr. Aunque le soy muy sincero, la primera vez que utilice una plataforma de tacón corrido, todo el mundo pensaba que yo me iba a caer, porque yo corría (...) bajaba escaleras en el evento en el que unos amigos me decían te vas a caer, y no. (Drag 2016)

La experticia de Don Jorge le ha permitido salir al paso de problemas complejos de orden estructural, él detalla a continuación la complejidad del trabajo de los zapatos que denomina 'Celia Cruz'. Unos zapatos que tienen tacón virtual, pero son para mujer. La complejidad radica en procurar brindar estabilidad estructural a un estilo de zapatos con la condicionante de uso, a partir de unos espesores mínimos de material, ya que no se debe perder su naturaleza femenina. Es uno de los grandes retos a los que se ha enfrentado Don Jorge, pero de igual manera sale airoso y con una respuesta estético – funcional excepcional. Refiérase para tal caso la figura 6-12 que fue tomada del celular de Don Jorge.

los que se hacen al estilo "Celia Cruz" que llamamos acá, que son complicaditos, un poco. (Acero 2016)

Figura 6-12: Zapatos tipo 'Celia Cruz'



Fuente: registros de Jorge Acero.

Don Jorge detalla la complejidad del trabajo de estos zapatos, pero al mismo tiempo nos habla de su capacidad de enfrentar retos y solucionarlos.

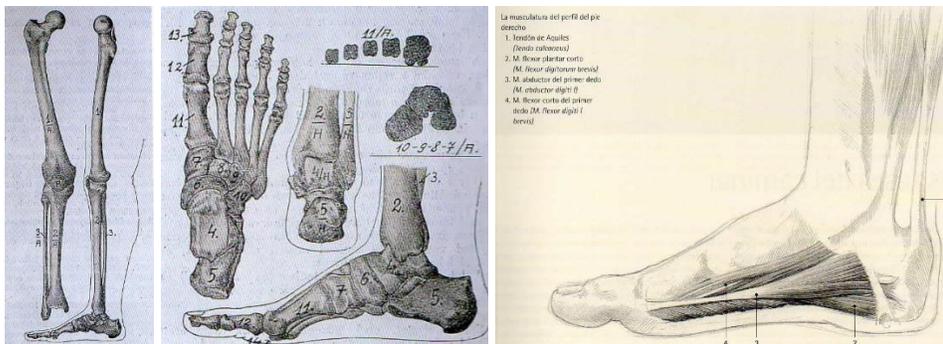
Es un zapato y el primer par que hice, la verdad, me dio durísimo. Pero ya después que usted hace el proceso, entonces ya usted tiene la idea de cómo tiene que empezar. Yo creo que para empezar es lo más... de resto para mí, sí hay cosas muy complicadas. Hay cosas que aquí ellos saben. Yo muy pocas veces digo "no se puede". Yo siempre intento o lo hago, como el zapato de payaso. Todo tipo de zapatos. (Acero 2016)

Es menester a continuación, centrar la atención en los siguientes aspectos, pero a partir de las plataformas virtuales. Para lo cual se desarrollan aspectos tales como: El problema estructural, el peso de los zapatos.

6.3.3 El problema estructural en las “plataformas virtuales”.

Sólo con el hecho, que la altura de las plataformas empieza a crecer hasta llegar a los veintiún centímetros, empiezan a aparecer problemas estructurales en los zapatos. Para la explicación de la situación me instalaré desde las plataformas virtuales (tacón virtual) para explicitar algunas consideraciones de diseño. Desarrollar la técnica de la virtualidad del tacón implica tener en consideración las características musculo – esqueléticas del pie y la pierna de cada uno de los drags, en la figura 6-13 se exponen algunas ilustraciones de la constitución músculo - esqueléticas del pie y la pierna.

Figura 6-13: Ilustraciones de constitución músculo - esquelética del pie y la pierna.



Fuente: (Vass 2006)

De por sí, la bipedestación ya es un milagro de la naturaleza, que ha sido resuelto por el cuerpo humano de una manera eficiente, llevando la composición de musculoesquelética a unos órdenes importantes de optimización. Ahora invito a imaginar estructuralmente que pasa con los músculos y los huesos cuando nos subimos a unos tacones (dos puntos de apoyo + luz) se ilustra el efecto sobre el cuerpo de una mujer, con el apoyo de la figura 6-14.

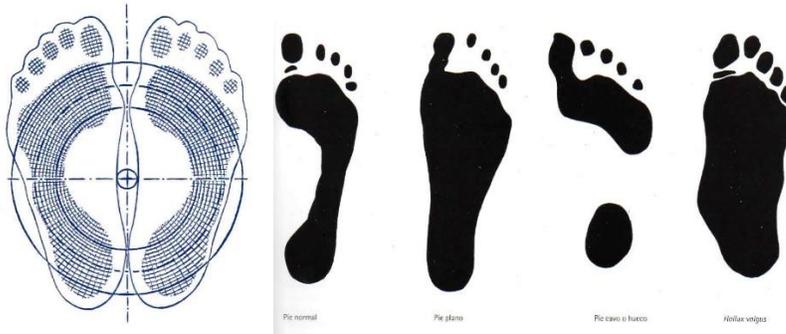
Figura 6-14: Radiografía de comportamiento físico - estructural de pie y pierna.



Fuente: Auf Schritt und Tritt (2014)

Tanto la bipedestación como el caminar dependen del *centro de gravedad* del cuerpo humano. Si pensamos en un eje imaginario en vertical -cuando la persona está de pie y completamente erguida- que pasa por el centro de la oreja y al mismo tiempo por el tobillo, más o menos, allí tendremos el centro de gravedad tanto para hombre como para mujeres. Cuando caminamos, dicho centro de gravedad se va desplazando y esa es la cadencia a la que el cerebro se habitúa. Ahora, los tacones físicos y los virtuales logran que nuestro centro de gravedad tienda a moverse por fuera de los límites 'normales', razón por lo cual utilizar cualquier zapato Drag Queen implica un aprendizaje duro. Esa modificación del centro de gravedad se acentúa dependiendo de los posibles defectos que se tengan al caminar, o sea, no solo es el problema de la estructura física de los zapatos y su centro de gravedad, sino también como el producto -para este caso Don Jorge- compensa dichos defectos del pie, para hacer mucho más comfortable su uso. Un defecto común está relacionado con la naturaleza de la huella plantar, representadas en la figura 6-15, las huellas adecuadas son aquellas dos de la izquierda.

Figura 6-15: Diversidad de huellas plantares.



Fuente (Vass 2006)

Ahora como se soluciona el problema de la estructura del zapato, Don Jorge utiliza dos técnicas: una el apoyo sobre un soporte metálico tradicional llamado cambrión²⁶ y dos con el apoyo de una unión de tipo mecánico, por medio de tornillos. Referenciar la figura 6-16.

Y esto, ya aquí en el centro, y aquí se le mete un tornillo para evitar que al movimiento pues se despeguen. De todas formas, un zapato que siempre va a tener mucha fuerza para poderlo caminar. (Acero 2016)

Figura 6-16: Don Jorge explica cómo van los tornillos de unión.

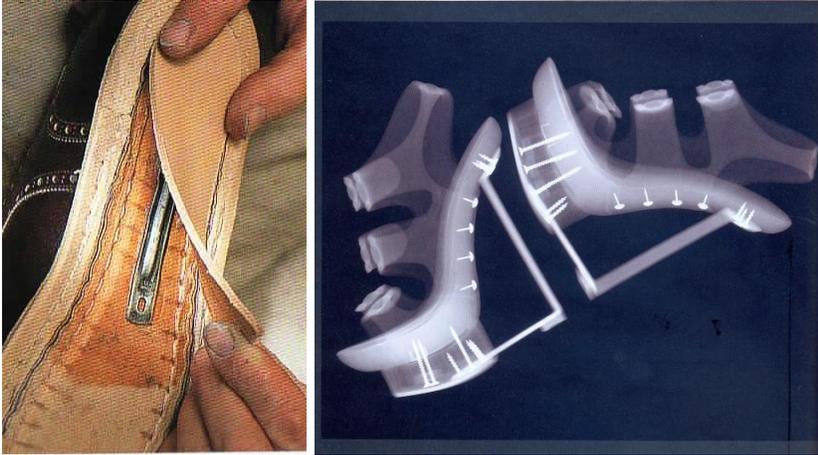


Fuente: propia.

En cuanto a la unión mecánica véase la figura 6-17. Lo interesante de ambas soluciones es que siempre quedan ocultas, o sea, la drag jamás sabrá acerca de este desarrollo técnico.

Figura 6-17: Cambrión y detalle de unión con tornillos.

²⁶ En algunas ocasiones se denomina cambrión.



Fuente: (Vass 2006) y Auf Schritt und Tritt (2014)

6.3.4 El peso

Otro aspecto que es crucial tiene que ver con el peso físico, con el peso real de los zapatos Drag Queen. Ya por un lado tocamos el peso perceptual de los zapatos debido al volumen de sus plataformas, en cuanto al peso lo solucionan integrando materiales que tienen un gran volumen, pero baja densidad lo denominan ‘microporoso’. Don Jorge nos habla del material.

Todo esto yo lo hago a mano y eso se hace microporoso. Más que todo trabajo mucho la microporosa. La microporosa que es lo que yo utilizo. Primero, ¿por qué? Porque lo aprendí de acá. Hoy en día, para hacer ese zapato no se consiguen plataformas, toca es armar. Y que el zapato, en cierta forma queda liviano, y eso evita que quede pesado. Entonces eso es lo que ayuda. (Acero 2016)

Además, Don Jorge resalta el carácter de liviano de los zapatos, así tengan un gran volumen.

De pronto sí por la altura, digo yo. Por la altura. Pero de resto es un zapato que queda muy suave. Igual con el zapato de payaso. El zapato de payaso es igual. Un zapato que usted lo ve y queda livianito. (Acero 2016)

Gracias a la técnica utilizada, los zapatos son perceptualmente más pesados más funcionalmente su peso es bajo; o sea, hay un predominio del volumen de la suela y del tacón para garantizar una altura considerable. Menor peso, gran volumen es la ecuación adecuada para respaldar cualquier tipo de movilidad. Zapatos exuberantes, llamativos, ‘sencillos pero exagerados’, pero al mismo tiempo livianos. La liviandad posibilita menor carga física aspecto que se debe traducir en menor cansancio a Zaza-Drag, a la hora de desarrollar cada una de sus galas.

A manera de conclusión, los zapatos Drag Queen han sido el pretexto ideal para abordar el problema de cómo se construye socialmente el conocimiento creativo al interior de una pequeña micro organización productiva MiPyme, denominada actualmente Calzado Yara Aristizábal, empresa familiar que lleva más de 40 años en el mercado de los zapatos especiales y sobre medidas en el barrio Restrepo. La mirada integrada a este capítulo se instala en la exploración formal – funcional de diversos zapatos, a partir de allí y de reconocer que tan atrevidos pueden ser, se trasciende a resolver la dicotomía entre el ¿Qué quieren ser los Zapatos Drag Queen? y el ¿Qué pueden ser los zapatos Drag Queen? Comprobar que una cosa son los deseos o caprichos de quien va a portar los zapatos y otra cosa es cruzar dichas inquietudes con el carácter estratégico de cada uno de los actores de la red socio-creativa, aunado a la naturaleza de la realidad del colectivo, entre las cuales se destacan: las limitaciones tecnológicas, las capacidades instaladas, las políticas entre otras.

7. La Creatividad Situada

En algún momento del largo proceso investigativo entre en pánico, intuí que, aunque trabajaba sobre la creatividad no tenía un asidero “formal” que perfilara mi perspectiva investigativa, así que acudí a Guilford (1976) cuyo sentido discursivo, me brindaba un

respiro, en cuanto a que elementos se han de tener en cuenta para determinar cuando los individuos son más creativos, así me encontré con: mayor fluidez, con más flexibilidad y por último con originalidad. Tarde mucho tiempo en comprender que dicha aproximación de tipo “ética” nubla en buena parte el carácter etnográfico del estudio de caso y acallaba, las diversas construcciones de sentido y de conocimiento frente a las crisis y a los procesos de negociación de identidad y de coproducción al interior de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal. Tarde en comprender que lo creativo se expresa, en forma de experiencia de vida, además que la perspectiva de la construcción social del conocimiento creativo se ha de consolidar desde la experiencia social. Tal y como lo expresa Dubet (2010), la experiencia es

“una manera de construir lo real y, sobre todo, de verificarlo, de *experimentarlo*. La experiencia construye los fenómenos a partir de las categorías del entendimiento y de la razón. Desde ese punto de vista, la experiencia social no es una ‘esponja’, una forma de incorporar el mundo a través de las emociones y de las sensaciones, sino una manera de construir el mundo. Es una actividad que estructura el carácter fluido de ‘la vida’”. (F. Dubet 2010, 86)

Tarde en comprender que la incorporación de mundo por medio de su construcción implica la consolidación de una base de experiencia o de vida vivida, que perfila la calidad de respuesta ante una situación determinada. Esa es la razón del porqué, este es el capítulo final al que me enfrento, no hubiera podido ser de otra manera, tuve que trasegar por mucho tiempo, por reflexiones particulares acerca de la naturaleza de mi potencial relación con la creatividad, seguido de una serie de momentos que se fueron develando a medida que el proceso de etnografía iba avanzando, así identifique el carácter importante de las crisis y de cómo se consolidan jugadas para dispositivar la creatividad, entrar a referenciar la creatividad a partir del oficio y la maestría de Don José -el productor de zapatos Drag Queen- y la naturaleza performativa de Zaza-Drag para rematar con una descripción de algunos aspectos que identifican los Zapatos Drag Queen. Esto me lleva a comprender algo que Escorsa y Valls (1997) adelantan en términos similares

“Para escribir un solo verso, hace falta haber visto muchas ciudades, muchos hombres y muchas cosas; hace falta conocer los animales, hace falta haber sentido el vuelo de los pájaros y saber que movimientos hacen las flores cuando se abren por la mañana. Es necesario recordar muchas noches de amor, todas diferentes, y gritos de mujeres con dolores de parto. Y haber estado al lado de gente que muere, y al lado de un muerto, al lado de una ventana abierta, por la que llegarán, de vez en cuando, los ruidos del exterior. Y tampoco es suficiente con tener recuerdos. Hace falta saber olvidarlos cuando son muchos, y hace falta la inmensa paciencia de esperar a que vuelvan. Porque no sirven los recuerdos. Se han de convertir en sangre, mirada, gesto; y cuando ya no tienen nombre, ni se distinguen de nosotros, entonces puede pasar que, en un cierto momento, brote de ellos la primera palabra de un verso”. (Escorsa Castells y Valls Pasola 1997, 101)

En el transcurso de todo ese tiempo y trabajo, he sido testigo de la manera cómo la investigación ha cambiado de la misma manera como yo he cambiado, permitiéndome

reflexionar acerca del carácter situado de la creatividad y los modos como cada actor resignifica su jugada creativa en aras de brindar una respuesta a una crisis determinada, como manera de visibilizar su experiencia creativa de mundo. Las personas creativas tienen que sopesar constantemente la “naturaleza” del paradigma aceptado por la comunidad en búsqueda de alguna grieta que posibilite identificar fragilidades, en otras palabras, hace parte de las recomendaciones de mirar el problema con otros ojos, ponerse en los zapatos de otros, ver el problema de manera alternativa cuando hablo de “alternativa” no solamente se limita a una manera sino a la variedad de opciones de respuesta. El paradigma establecido nos invita a revisar la realidad de mundo de manera lógica cuando nos instalamos en las revisiones “no lógicas” o aquellas “lógicas de sentido no común” seguramente se provocan nuevas relaciones, nuevas respuestas. El trabajar de esta manera no es sencillo, se requiere de una experiencia de mundo capaz de traducirse en cierto tipo de “seguridad ante la incertidumbre”, aprendo de Cortázar (2013) como ejemplo de construcción de sentido, pero a partir del azar, echando mano de procedimientos no lógicos, de sentido no común.

“Debo decir que muchos críticos han pasado muchas horas analizando cuál pudo haber sido mi técnica para mezclar los capítulos y presentarlos en el orden irregular. Mi técnica no es la que los críticos se imaginan: mi técnica es que me fui a la casa de un amigo que tenía una especie de taller grande como esta aula, puse todos los capítulos en el suelo (cada uno de los fragmentos estaba abrochado con un clip o un gancho) y empecé a pasearme por entre los capítulos dejando pequeñas calles y dejándome llevar por las líneas de fuerza: allí donde el final de un capítulo enlazaba bien con un fragmento que era por ejemplo un poema de Octavio Paz (se cita uno), inmediatamente le ponía un par de números y los iba enlazando, armando un paquete que prácticamente no modifique. Me pareció que ahí el azar –lo que llaman el azar- me estaba ayudando y tenía que dejar jugar un poco la casualidad: que mi ojo captara algo que estaba a un metro, pero no viera algo que estaba a dos metros y que sólo después, avanzando, iba a ver”. (Cortázar 2013, 208)

Sobre la misma línea, detenerme en los “detalles” -muchas veces desaprovechados- pero significativos en las decisiones al interior de las organizaciones, muchas veces fruto de la serendipia, en otras palabras la cualidad contingente es importante tenerla en consideración, para la caracterización del proceder informal, que con el paso del tiempo se van formalizando y que en últimas parecen que son producto ineludible de las dinámicas del colectivo, para esto tomo como referencia lo enunciado por Duhigg (2012)

“Las empresas se guían por hábitos organizativos antiguos, patrones que muchas veces se forman a raíz de las decisiones individuales de miles de empleados (...) Por ejemplo, puede parecer que el gerente de una empresa de ropa tomó la decisión, el año pasado, de poner una rebeca roja en la portada de su catálogo tras haber revisado detenidamente las ventas y los datos de marketing. Pero, de hecho, lo que ha sucedido realmente es que su vicepresidente siempre está rastreando las web que se dedican a las tendencias de moda japonesa (donde el rojo fue el color de moda la última primavera), y los expertos en marketing de las empresas preguntan rutinariamente a sus amistades qué colores están de ‘moda’ y los ejecutivos de la compañía, que acaban de regresar de su viaje anual a París para ver las pasarelas de moda, dicen que han oído que los diseñadores de la competencia

estaban usando nuevos pigmentos magenta. Todas estas informaciones, resultado de patrones descoordinados entre los cotilleos de los ejecutivos sobre la competencia y conversaciones con sus amistades, se mezclan con las rutinas más formales de investigación y desarrollo hasta que al final se crea un consenso: el rojo será el color de este año: Nadie ha tomado una decisión deliberada en solitario. Más bien ha sido la convergencia de docenas de hábitos, procesos y conductas lo que les ha hecho llegar a la conclusión de que el rojo era la opción ineludible". (Duhigg 2012, 188)

Pocas veces repara uno que todo ese entramado no surge de todas las personas que constituyen la organización, más bien, se origina en una persona y por las dinámicas características del trabajo organizacional dicha idea se instala paulatinamente, hasta constituirse como parte misma de la organización. En esta misma línea, Chomsky en algún debate con Foucault (1999), escala la creatividad en términos cotidianos de la dimensión humana, poniendo de manifiesto que cualquier niño (persona) que se encuentra ante una situación nueva, reacciona de manera adecuada a pesar de que era nueva para él. Además, explicita que la creatividad para las artes y las ciencias son tan particulares que no forman parte de las creatividades que a diario muchas personas construyen.

"Cuando hablo de creatividad no confiero a este concepto la noción de valor que habitualmente se le atribuye. Cuando se evoca la creatividad científica uno se refiere, por ejemplo, a los descubrimientos de un Newton, pero en el contexto en el que estoy hablando, por creatividad se refiere a un acto humano normal. Hablo de un tipo de creatividad que pone de manifiesto cualquier niño que se encuentra ante una situación nueva: aprende a describir convenientemente, a reaccionar ante ella adecuadamente, a hablar de ella, a pensar en ella de una forma que es nueva para él. Me parece que es posible clasificar estos actos como creativos sin que tengan que ser los actos de un Newton. Es muy posible que la creatividad en las artes y en las ciencias requiera determinadas propiedades que no son propias de la masa de la humanidad, y no forman parte de la creatividad normal de la vida de todos los días". (Foucault 1999, 69)

En la actualidad, no existe tal preocupación inicial, acerca de la pregunta ¿Qué es la creatividad? Mas bien, la investigación y el abordaje de tipo émico, posibilitó reflexionar acerca del carácter del Conocimiento Creativo en un contexto determinado. El carácter de dicho contexto acentúa la naturaleza del conocimiento más pensado como umbral que como perfil, por ejemplo, se puede decir que para nuestro caso el Conocimiento Creativo es: Polisémico / Cualidad situada y localizada / Producto de relaciones / Velocidad de adaptación / Potenciador de negociaciones / Actor no – humano con agencia política infinita. Al tiempo que, también será *algo que*: Estimula / Soluciona crisis / Asociado al éxito / Que se materializa en innovaciones / Relevante para el trabajo.

Abordar investigativamente la creatividad implicó reconocer al detalle, la naturaleza de las relaciones que se negocian al interior de la red socio creativa. Para esto, cito a Foucault (1999: 147) quien discute que "a partir de un proceso de la realidad histórica que el propio Marx permitió pensar, ya que él estableció un determinado número de planos, un determinado número de mecanismos y modos de funcionamiento". Como tal procuraré

deconstruir comprensivamente la red, lo que implica a mi modo de ver las cosas, su comprensión en planos de discusión constitutivos e interactuantes entre sí, por medio de ciertos mecanismos, además, la reflexión sobre ciertos modos de funcionamiento, a partir, de la constitución de un conjunto de recomendaciones. Consideraciones que encabezarán las Conclusiones del estudio realizado, a manera de reforzar la importancia de la Creatividad Situada para el desarrollo investigativo. Dicho entramado de recomendaciones habla de los aspectos más generales del conocimiento creativo situado, como de los aspectos más particulares en torno a los zapatos Drag Queen. Procura relacionar no solamente los diversos actores sino a quien analiza.

7.1 Planos de Discusión

“Puede decirme qué ha hecho que las ventas hayan bajado tanto, Creo que ha sido la aparición de unas piezas de plástico que imitan el barro, y lo imitan tan bien que parecen auténticas, con la ventaja de que pesan menos y son mucho más baratas, Ése no es motivo para que se deje de comprar las mías, el barro siempre es barro, es auténtico, es natural, Vaya a decirle eso a los clientes, no quiero angustiarlo, pero creo que a partir de ahora sus lozas sólo interesarán a los coleccionistas, y esos son cada vez menos” (Saramago 2003, 24)

Es la charla descrita en la Caverna por Saramago (2003), entre el alfarero Cipriano Algor y el jefe de la recepción, en cuanto a las razones de sólo recibir la mitad de la producción. Describe también el choque entre diversas maneras de dispositivar los objetos: de manera vernacular (el barro) y de manera artificial (el plástico), también es la puja entre la oferta y la demanda mediada, no por las cualidades inherentes al barro cocido, su peso, su olor característico, su precio justo sino más bien a las imitaciones, al “parecer auténticas”. Cuando el usuario se instala en la orilla del precio y en el parecer de lo auténtico, los alfareros, los artesanos en general están condenados a desaparecer. Es el caso que también han sufrido Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal cuando, además, se han enfrentado a un mercado tan competitivo, al contrabando, a la introducción de cueros sintéticos, a la aceleración de los cambios tecnológicos, a la normalización de los tamaños de los pies en términos de tallas, a mantener o reducir los costos de producción, a la industrialización de los otrora procesos de manufactura, a las nuevas tendencias de manufactura personalizada, entre otras. En este punto me asalta una inquietud, con el fin de garantizar, al menos 40 años de sostenibilidad en las pequeñas organizaciones productivas ¿De qué manera los expertos, hubiéramos solucionado todos estos problemas? Los procesos de construcción de conocimiento creativo se visibilizan de manera diferente, ya que las lecturas, análisis y aplicaciones tienen un acento diferencial.

No puedo garantizar con los elementos conocidos de antemano, si tuviéramos éxito o no, así en el proceso los “expertos” hubieran echado mano hecho de cualquier cantidad y diversidad de modelos e instrumentos para garantizar la sostenibilidad y competitividad de la MiPyme. Sobre todo, recalcar la importancia de la sostenibilidad en el tiempo, con el uso de los recursos mínimos.

El paradigma establecido plantea la unidireccionalidad de flujo del conocimiento creado, de las academias, los centros de cálculo, los institutos, etc., hacía otros contextos otras realidades cargadas de sentido. La educación se constituyó como privilegio de muy pocos y la concentración del conocimiento “formal” se instaló en pocos lugares, acentuando un distanciamiento con la población, esa distancia favoreció el olvido, la soberbia, y constituye en buena parte su naturaleza. El trabajo en esta investigación me brinda elementos de juicio para considerar que el discurso **académico** se puede enriquecer con la diversidad de proceder y construcción de sentido de otros contextos inesperados. Mi interés no se instala en la problematización dialéctica de los desarrollos alcanzados por los académicos y los legos; la condición es que no serán puntos fijos de análisis, sino un lugar constituido a partir de una constante exploración oscilante entre ambos. Es interesante la estrategia de abordaje de García Canclini (1998), cuando reflexiona en torno al abordaje de lo tradicional – moderno, lo culto – popular, y su invitación a deconstruir esa división en tres pisos, al tiempo plantea la *hibridación* como posible herramienta de las disciplinas que las estudian por separado, para García Canclini (1998: 14), “necesitamos ciencias nómadas capaces de circular capaces de circular por las escaleras que comunican esos pisos. O mejor: que rediseñen los planos y comuniquen horizontalmente los niveles”. En otras palabras, se establecen tres espacios privilegiados, por una parte, los desarrollos del trabajo reflexivo docto, y por otro, los desarrollos empíricos de los legos, y, a partir de los dos una página, en los términos que discute Foucault (1999: 150), cuando discute la relación entre una biblioteca y un teatro, a partir de un tercer espacio como página, como un espacio en blanco. Caracterizo dicha página, privilegiando la diversidad de las prácticas sociales internas y externas de Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal, adelantadas en esta investigación, sin descuidar en tal propósito mi condición como investigador y la diversidad de marcos que se constituyen al estar en un Doctorado en Ingeniería. De alguna manera, Escobar (2007) discute la naturaleza de dicho abordaje

“la articulación de las conversaciones locales con las ‘céntricas’ (dominantes), incluyendo la relación entre las inscripciones del pasado y las prácticas del presente entre el texto céntrico y las voces marginales, entre la ‘corporación’ en el centro y ‘la casa’ en los márgenes. El centro y la periferia

emergen entonces no como puntos fijos en el espacio, externos uno al otro, sino como zona en continuo movimiento en la cual las prácticas de hacer conversaciones y económicas se entremezclan, cambiando siempre sus posiciones relativas". (Escobar 2007, 189).

La misma dinámica de la modernidad favoreció que el conocimiento formal perfeccionara, modelos, técnicas además desarrollo maneras para optimizar la construcción y mantenimiento del conocimiento. Mediante diversos constructos aceptados se representa lo real y se perpetua la unicidad de su perspectiva de mundo, consolidando la concentración de la creación de conocimiento a pequeños sectores y actores privilegiados, ya Foucault (1999: 248) reflexionaba sobre la condición del aislamiento o el *internado* "cuando alguien era internado, se trataba siempre de un individuo marginado en relación con el grupo social, a la que pertenecía; siempre era alguien que no cumplía las normas y que se había convertido en marginal por su conducta, su desorden, la irregularidad de su vida". Una inquietud queda latente ¿de qué manera las comunidades han constituido un conjunto de estrategias para insertarse creativamente en diversos contextos formalizados?

La respuesta no es directa. Tratar de brindar la respuesta implicará hablar de los diversos umbrales de la creatividad. Se construye a partir de la manera cómo se constituyen un número de *mecanismos* que posibilitan la interacción entre los planos de diversos discursos -formales e informales-, tomo como referencia, inicialmente, el concepto de *reconversión*, planteado por García Canclini (1998) cuando refiere al proceso de adaptación que utilizan los campesinos y los obreros para vivir en la ciudad, sin abandonar sus creencias antiguas.

"No se trata sólo de las estrategias institucionales y los sectores hegemónicos. Las hallamos también en la "reconversión" económica y simbólica con que los migrantes campesinos adaptan sus saberes para vivir en la ciudad, y sus artesanías para interesar a consumidores urbanos; cuando los obreros reformulan su cultura laboral ante las nuevas tecnologías sin abandonar sus creencias antiguas, y los movimientos populares insertan sus demandas en radio y televisión". García Canclini (1998: 14).

En buena medida, es lo que aconteció con Doña Teresa y su esposo Don Manuel, a pesar de no tener educación formal avanzada, se logran identificar una serie de situaciones a lo largo del trabajo investigativo que dan luces de la diversidad de estrategias de tipo creativo, constituidas por ellos, y de las que se puede aprender bastante. García Canclini (1998),

luego de instalar la reconversión, detalla la naturaleza de cierto tipo de **astucia**²⁷ negociada entre la ciudad y los diversos actores que la constituyen.

“Cómo estudiar las astucias con que la ciudad intenta conciliar todo lo que le llega y prolifera, y trata de contener el desorden: el trueque del campesino con lo transnacional, los embotellamientos de coches frente a las manifestaciones de protesta, la expansión del consumo junto a las demandas de los desocupados, los duelos entre mercancías y comportamientos venidos de todas partes”. (García Canclini 1998, 16)

Esa manera muy propia de proceder frente a las crisis, a las adversidades constituyen una especie de impronta o de estilo de trabajo, que no ha de definirse como una esencia a priori, sino más bien por la naturaleza de las estrategias construidas, caracterizadas por los continuos intentos no de hacer sostenible la organización, sino por mantenerse renovado. Escobar (2007), plantea una especie de **autenticidad** que se relaciona con esa manera muy propia de resolver las cosas, “no es raro que lo que parece práctica o arte genuino revele, en una inspección detallada, la acomodación de tipos de “autenticidad” que hace tiempo han dejado de ser fuente de creatividad cultural”. (410). Lo que siempre me ha inquietado en términos investigativos, se asocia a esos “modos tan particulares” de proceder y que posibilitan umbrales alternativos de comprensión de la naturaleza de las relaciones de los legos y las crisis que tienen que sortear a diario, constituyéndose en epistemologías más que de resistencia, de supervivencia. Mostrando los diversos juegos estratégicos y tensionantes entre la formalidad y la informalidad para el desarrollo de prácticas más creativas. Esta en la misma línea que Andréi Tarkovski (2012) plantea acerca de la creación artística.

“la creación artística, después de todo no está sujeta a leyes absolutas y válidas para todos los tiempos, y puesto que está ligada al fin más general de tener un dominio sobre el mundo, tiene un número infinito de facetas (aquellas que vincula al hombre con sus actividades vitales), y así también, y puesto que el camino del conocimiento es interminable, ningún paso que acerque al hombre a un entendimiento completo del significado de su existencia es lo suficientemente pequeño como para no ser tenido en cuenta”. (Tarkovski 2012).

El infinito número de facetas nos habla de los diversos umbrales de aproximación a la creatividad. Algo que ha quedado claro en el devenir de esta investigación, es que, la creatividad, se constituye a partir de quien está explorando, investigativamente hablando, al tiempo que la constituyen todos los integrantes de la red socio – creativa caracterizada. Todos los análisis derivados del trabajo etnográfico adelantado orbitan alrededor de la

²⁷ Pensaría más bien en algún tipo de capacidad creativa. O también como la “malicia”, en el buen sentido de la palabra. Ya sea como capacidad o como la malicia, la astucia se relaciona con la **intuición** o aquella capacidad de construir rápidamente atajos.

creatividad. Por el momento no quiero soltar el conjunto de mecanismos identificados en el trabajo investigativo: Identidad / Retóricas / Negociación / Organización, a través de los cuales se aporta a la constitución comprensiva de la Creatividad Situada, como mecanismo central y cohesionador entre los diversos planos.

7.2 Mecanismos

Los mecanismos identificados dan cuenta, primero, con las características relacionadas con aquellas consideraciones que cualifican creativamente la organización y denominare *autenticidades* y un segundo ítem, relacionado con aquellas consideraciones que cualifican la creatividad desde las habilidades, capacidades de los actores y denominare *astucias*.

7.2.1 Autenticidades.

Gracias al abordaje de la *creatividad como conocimiento* se logró discernir la naturaleza de las condiciones construidas por cada uno de los actores al interior de la MiPyme 'Calzado Yara Aristizábal', además de las condiciones sociales se tuvo en cuenta las condiciones económicas, organizacionales, culturales, políticas, históricas entre otras. El conocimiento creativo como objeto de investigación se instaló en determinaciones que posibilitaron la comprensión del **éxito** traducido en términos de supervivencia y sostenibilidad de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal en un contexto tan competitivo, el éxito pudo ser entendido como resultado de un proceso social. Revisar la creatividad desde el conocimiento posibilitó la comprensión **simétrica** de la naturaleza de cada uno de los actores involucrados en la red, de tal manera que eran importantes los zapatos Drag Queen como Zaza Drag –su estilo y performance-, Don José –Su experticia y sus herramientas-, las vendedoras –sus retóricas-, Yara Aristizábal –sus estrategias organizacionales-, entre otros. A partir del análisis de las diversas retóricas traducidas en términos de conceptos, objetos, acciones de sus características identificadas y que sirvieron de referencia para ampliar el límite de conocimiento de las relaciones de los diversos estratos identificados al interior de la MiPyme, de tal manera que los hallazgos puedan ser de utilidad para la recontextualización, aplicación y divulgación, en diversas instituciones (escuela, institutos, gremios, asociaciones, MiPymes, entre otras).

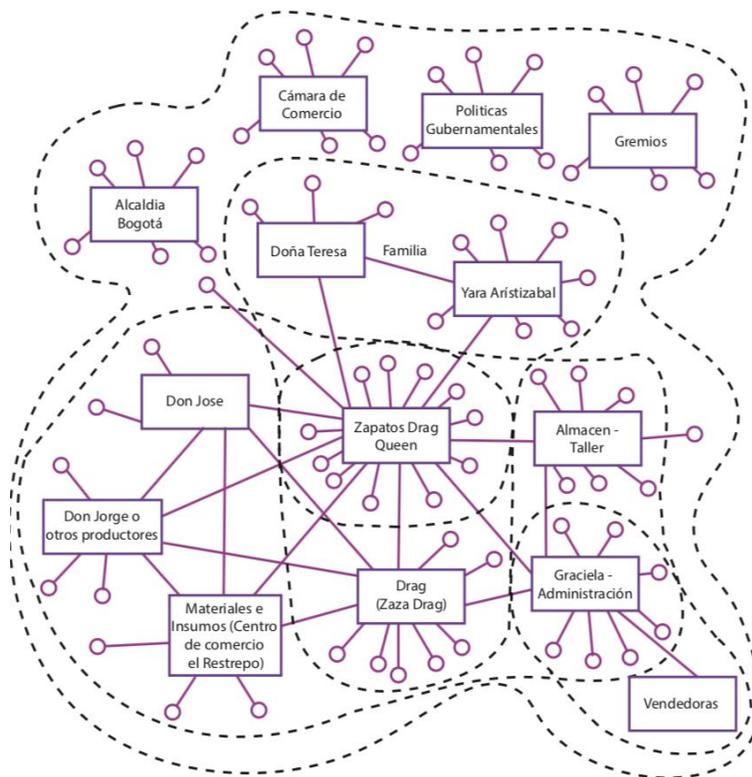
Es en el contexto de una pequeña organización productiva –Calzado Yara Aristizábal- en donde se reconocen una serie de conocimientos, de experiencias que están invisibilizadas, que no se conocen por parte de las universidades, gremios, asociaciones, laboratorios, institutos, etc., es un tipo de conocimiento poco valorado, producido para ser efectivo pero invisible. Conocimientos que no son reconocidos como ‘conocimiento normalizado’, ya que no es producido al interior de las instituciones formales. Lo que muchas veces se olvida es que este conocimiento de resistencia es válido, porque es un conocimiento que orienta y organiza, creativamente hablando, las prácticas sociales, la vida cotidiana de muchas personas. Paradójicamente allí en calzado Yara Aristizábal, se suceden una serie de situaciones, de experiencias, de crisis -el sentido común, los saberes locales o prácticos, los saberes oportunistas, las creencias- que arrojan luces de cómo se construye socialmente el conocimiento creativo, una especie de ‘creatividad de las emergencias’, explicado a partir de las negociaciones y desarrollo de los zapatos para Drag Queen. Fue necesario tomar postura frente al abordaje del conocimiento creativo no como proceso de descubrimiento de esencias y sus fronteras, sino más bien como integración de procesos retóricos, de otra parte, no solamente es el problema de la diferenciación entre los conocimientos académicos y legos sino como lo plantea la profesora y socióloga Restrepo Forero (2007), “procesos de demarcación que entrañan la participación de diversos actores, instituciones y agencias en un conjunto de acciones discursivas de producción de maneras de diferenciar. Se trata de un esfuerzo activo de creación de fronteras y de divisiones de competencias que involucran maneras de clasificar y jerarquizar; de producir definiciones normativas sobre prácticas apropiadas, obligaciones, actores relevantes, espacios legítimos, tópicos, métodos y contenidos adecuados”. Gracias a las negociaciones con la profesora y directora Olga Restrepo, llegamos al concepto de la *creatividad situada*, como un fenómeno que ocurre en calzado Yara Aristizábal, y que construye sentido en relación con el barrio Restrepo. Calzado Yara Aristizábal se ha mantenido por más de 40 años, es decir que tuvo éxito. El éxito está relacionado con la alineación de una cantidad de factores motivados no solamente para sobrevivir el día a día de un mercado tan dinámico sino hacerlo sostenible en una gran cantidad de tiempo, necesariamente ese éxito se relaciona de manera directa por el conocimiento creativo. **La creatividad es otra manera de decir que se pudo resolver un problema o una crisis de manera adecuada.** Lo creativo no es propiedad de unos pocos ‘elegidos’ a cambio se aborda el conocimiento como un constructo social, en donde la diversidad de visiones de mundo “negociadas” de los actores y colectivos, imprimen dinámicas diferenciales de

acción y relación, fue necesario ampliar su comprensión, no solamente a un contexto en particular, a un objeto en cuestión, y la posible existencia de una red socio-creativa que se va construyendo a medida que se van sucediendo hechos sociales, con cada una de las negociaciones entre las partes de la MiPyme. Ahí es donde en la cadena del cuero calzado y la marroquinería, en el barrio el Restrepo, en calzado Yara Aristizábal y en los zapatos Drag Queen se identificaron las retóricas que explican cómo se va consolidando constructivamente el conocimiento creativo. Lo que constituyó el núcleo de la discusión es este punto, no solamente es el proceso de construcción de conocimiento, sino además los procesos de construcción y apropiación de sentido en calzado Yara Aristizábal. El conocimiento es así o si no, no habría apropiación. La apropiación tiene que ver con darle sentido, con encontrar sentido, en donde a primera vista no parezca tan evidente. Hay que encontrarle sentido a lo que se está haciendo, y sentido adecuado.

Un aspecto que siempre acompañó la investigación fue la contingencia. Siempre se tuvo presente que la construcción social del conocimiento creativo era contingente. O sea, para las condiciones de análisis del rango de tiempo en el que se realizó el estudio de caso, fueron así. Pero también, los zapatos para Drag Queen como respuesta a esta condición contingente tuvieron una forma estética y técnica referida a estas condiciones, para nuestro caso, -a pesar de reconocer la complejidad estética característica del calzado Drag Queen- se pudo realizar la trazabilidad de un par de zapatos no tan exuberantes, más bien recatados, acorde al estilo performativo de Zaza-Drag. Para otras condiciones espacio temporales, los zapatos para Drag Queen serían concebidos y desarrollados de manera diferente. Los zapatos para Drag Queen pueden ser estructurados en términos de varios órdenes o niveles de selectividad. Esa complejidad de las construcciones respecto de las selecciones que llevan incorporadas, dado que parecen sugerir que es improbable que los procesos de construcción social del conocimiento creativo puedan ser reproducidos de la misma manera en circunstancias diferentes. Revisar entonces la contingencia de la construcción social del conocimiento en la MiPyme calzado Yara Aristizábal analizada como colectivo organizacional implicará, caracterizar la legitimidad de su estilo de pensamiento, y del hecho que no se fundaba en su carácter de verdad intrínseca, sino que estaba dado por la creencia –siempre contingente- de la comunidad de actores. La contingencia tiene que ver con la naturaleza de las respuestas localizadas en una red socio creativa en particular.

Los zapatos Drag Queen se constituyen como constructo social, en dónde las negociaciones entre los diversos actores consolidan un marco de análisis de la red socio creativa, dicha red como una asociación temporal y contingente. El abordaje socio creativo posibilitó una perspectiva ampliada de las negociaciones entre Yara Aristizábal, Doña Teresa, Zaza – Drag, Don José, Don Jorge, Graciela, Rosa y las demás vendedoras con derivaciones reflexivas en torno a la identidad, al estilo de pensamiento particular de cada uno de los actores, en cuanto al carácter histórico de sus vidas, de sus preferencias cercanas o lejanas con respecto a la estética, fabricación, venta y uso de los zapatos Drag Queen. Quien hace orbitar constructivamente el conocimiento creativo en términos de los zapatos Drag Queen es Zaza-Drag, o sea, Zaza-Drag tendría un centro protagónico en dicha red socio creativa (otra manera de comprenderlo es que el cliente es el centro de preocupación de la organización), el otro centro de interés lo demarco en Yara Aristizábal. Fue mi interés reconocer como se constituyó la red socio creativa y que retienen las redes para ambos actores, además cómo se van configurando otros orbitales fundacionales en la constitución de la red a tal punto que cada actor identificado se convierte en un constructor de red efectivo. Véase figura 7-1.

Figura 7-1: Red de actores calzado Yara Aristizábal.



Fuente: Propia.

Es en la creatividad dónde se encuentran luces que dan cuenta del “sentido construido” al interior de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal, a partir de lo que se tiene y lo que se puede, gracias a cada una de las *resistencias* descritas con anterioridad. La posibilidad de considerar los zapatos Drag Queen como eje transversal a todo el estudio permitió reconstruir toda una trama de intereses y conexiones particulares que caracterizan las diversas dinámicas de construcción de sentido y de conocimiento en calzado Yara Aristizábal. Es allí donde se establecen diversas maneras de representación identitaria: entre Yara Aristizábal con cada una de las vendedoras, con cada uno de los productores y las Drag Queen, colocando el foco en cada uno de los actores se pueden identificar aspectos relevantes de la manera como cada uno de ellos representa su realidad y su manera de ser, ha sido interesante haber sido testigo de cómo cada “estilo de pensamiento” asumía un carácter diferenciado a partir de los zapatos Drag Queen. Siendo el mismo significante (los zapatos) los diversos significados construidos derivan en representaciones acentuadas, esto es, los mismos zapatos serán concebidos desde diversos horizontes de experiencia y de expectativas marcadas por la experiencia histórica de cada actor, así las cosas, los zapatos de las vendedoras tendrán diferencia de los zapatos de los productores, de las Drag Queen, etc. Por ejemplo, cada par de zapatos Drag Queen son una oportunidad para que Yara Aristizábal de manera acentuada y escalada a las necesidades despliegue todo su saber por medio de la red socio creativa, con el ánimo de brindar un servicio adecuado la drag, Yara Aristizábal alinea todos los factores que constituyen su red más próxima para garantizar que los productores dispongan de todos los recursos para su trabajo, al tiempo que las vendedoras-impulsadoras están rebuscando en su día a día, tanto en la puerta como atendiendo clientes, ellas valoran en muchos casos el carácter estético de los zapatos Drag Queen pero nunca los utilizarían, de igual manera Don José valora la dificultad productiva de los zapatos Drag Queen pero tampoco los utilizaría en contraste Zaza-Drag utiliza y ostenta sus zapatos ya que gracias a su uso performativo reafirma públicamente su condición identitaria. A lo largo de la investigación los zapatos Drag Queen han sido los protagonistas, que permitieron entretejer una red de relaciones, en torno a ellos, así la concepción de los zapatos sea diferente, ellos posibilitaron una mirada relacional de cada uno de los actores. Todas estas consideraciones han sido tenidas en cuenta para caracterizar la red socio creativa de manera periférica, ahora detallo un juego de aspectos que constituyen la naturaleza de las astucias.

7.2.2 Astucias.

Cualquier tipo de consideración entorno a la creatividad no puede estar exenta de la mirada histórica. Tener en consideración la **memoria y la tradición**, tanto de los individuos como de los colectivos. Dicha perspectiva posibilita una reflexión ampliada, que brinda luces en cuanto, a quienes fueron, qué tipo de conflictos enfrentaron, los modos de respuesta a dichos conflictos. La memoria y la tradición son vitales en las MiPymes ya que buena parte del conocimiento arraigado, no para demostrar algo más bien para posibilitar el interpretar de los saberes, se ha construido a partir del aprendizaje derivado de la experiencia de construir socialmente el conocimiento creativo. Difícilmente Yara Aristizábal hubiese podido consolidar su apuesta emprendedora, sino es con el acompañamiento inicial y la tutela de Doña Teresa Hurtado, en ella se fundamenta una variedad de “experiencias de vida” que consolidan un “horizonte de expectativas” capaces de combinarse con situaciones reales, características de la “cultura del rebusque” para modificarse, como lo discute Latour (2007: 370) “en el propio acto de encuentro, posibilitando la emergencia de una nueva entidad”. La transición de la “experiencia de vida” traducida en términos de conocimiento de Doña Teresa a Yara Aristizábal no es espontánea, debe ser construida y ajustada al paso del tiempo. Hay detalles que dan cuenta cómo se mantiene latente la tradición: primero en el modelo de negocio, salvo unos pequeños ajustes se sigue manteniendo en esencia el modelo original, perfilado desde Calzado Jhorbam; segundo, mantenerse geográficamente en el mismo sitio, barrio, calle, casa con las características ya identificadas; tercero, al momento de la gran crisis que dio paso a la desaparición de Calzado Jhorbam y la aparición de Calzado Yara Aristizábal, se mantuvo buena parte de los empleados y sus saberes, esto posibilitó que la transición no fuese tan dramática a ojos de los clientes o usuarios; cuarta, introducir cambios incrementales posibilitó ir ajustando la propuesta nueva a los nuevos requerimientos del siglo XXI. La memoria y la tradición están relacionadas con “maneras de proceder” o lógicas de acción, aprendidas de manera tácita, Yara Aristizábal no tuvo que ir a la escuela para aprender sobre el “producto machete” que tan bien manejaba Doña Teresa, más bien el ambiente, la red de actores, sus relaciones o negociaciones inciden, de manera constante en la construcción de su “experiencia de mundo” y en fortalecer estratégicamente las negociaciones con cada uno de los actores involucrados en la red socio creativa. De Doña Teresa aprendemos las diversas maneras de abordar las crisis, más aún aprendemos cómo las crisis se constituyen como un estilo de vida, elementos tan variados como: “llegamos para quedarnos”, “la importancia de saber a dónde se llega” o “uno a veces tiene que

equivocarse para aprender” dan cuenta de cómo ante las crisis se van construyendo respuestas creativas. Estos elementos nos hablan respectivamente de **determinación**, de **estrategia**, de **pedagogía** como elementos característicos de las crisis creativas como situación de borde. Al mismo tiempo la memoria y la tradición son importantes en los demás actores que constituyen la red: tomemos el ejemplo de las vendedoras, sin lugar a dudas quien más tiempo lleva es Rosa Tocancipá a su vez ella aprendía de otras vendedoras, buena parte de sus retóricas, pero en el momento ella le enseña a otras “impulsadoras” más jóvenes parte de sus estrategias de venta, tienen que aprender a ser creativas para marcar diferencia con sus retóricas de comparación, de evocación o de situación. De la misma manera Doña Graciela, inicia en la puerta y en la actualidad se desempeña como administradora del almacén, la escalabilidad y flexibilidad en ella es evidente ya que puede saltar del contexto de las vendedoras-impulsadora al de los productores o al de los drags sin ningún problema, necesariamente tiene que traducir, en buena parte aspectos para que mantener un “sentido” común a pesar de la diversidad. Si revisamos el caso de los productores el caso de Don Jorge Acero, es particular, ya que él hacía parte de la nómina de planta de calzado Jhorbam, luego de la gran crisis él siguió vinculado con la MiPyme calzado Yara Aristizábal como productor Satélite, sigue vinculado a la MiPyme debido a la **calidad** y a la **responsabilidad** en su trabajo la misma situación le sucede al otro satélite Don Antonio, ellos consolidaron su experticia de productor en el marco del trabajo con calzado Jhorbam y siguen prestando servicio en la actualidad, no solamente a calzado Yara Aristizábal sino muchos otros almacenes; el caso de Don José es particular, ya que él se vincula en el marco de la gran crisis de transición, debido a su experticia logró ganarse el trabajo como único productor de planta de la MiPyme en la actualidad, gracias al acompañamiento a su cotidianidad como productor se pudo comprender como traduce la creatividad en términos del tránsito del oficio a la maestría, de sus explicaciones construimos sentido en cuanto el oficio y la maestría se ven demarcadas por el **gusto**, la **responsabilidad** y la **autoridad**.

He sido reiterativo con la consideración “red socio creativa” situada en Calzado Yara Aristizábal. Tal y como se consideraba desde la red socio creativa, el abordaje provoca la aparición emergente de una nueva entidad, implica una nueva consideración, en el sentido que el conocimiento creativo que se construye socialmente ya que existen algunos aspectos de la creatividad, que solo se revelan cuando se revisa socialmente. La Red socio creativa se fundamenta el hecho que el conocimiento creativo se construye socialmente,

esta comprensión de lo creativo nos desvía de las perspectivas tradicionales que instalan la creatividad en una sola persona, más que todo en las habilidades o capacidades que presentaba cuando debía resolver creativamente un problema. La genialidad, da cuenta de individualidades, de héroes solitarios. Cuando se ajusta la perspectiva, se mira, reflexiona y analizan comportamientos socialmente la situación cambia: fue necesario reconocer una especie de *horizonte de experiencia*, además de la historia y la tradición de cada individuo para comprender desde donde toma decisiones y desde donde fundamenta sus discursos, de esto da cuenta, el *estilo de pensamiento* promulgado por Fleck (1986), pero al mismo tiempo hay que tener en consideración la comunidad o colectivo al que pertenece cada individuo, ya con anterioridad reflexione sobre las diversas influencias y potenciales relaciones de poder, que se establecen entre individuos y entre individuos – colectivos. No podríamos comprender el horizonte trazado por Zaza-Drag sin reconocer algunas características de la comunidad drag, de igual manera, la naturaleza del comportamiento de Don José se ajusta al aprendido en el marco de sus interacciones con otros pares de su colectivo de productores, sin importar que su valoración en la actualidad de la comunidad de productores sea positiva o negativa, no puedo dejar de lado a Zaza-Drag como representante de la comunidad drag, de entrada uno comprende la naturaleza de las performance drag en términos de exageración de transgresión Zaza-Drag recontextualiza dicha naturaleza y lo traduce a un estilo a mi modo de ver un poco más conservador, los “zapatos para fauno” y buena parte de su retórica consolidan la lectura. Es en Zaza-drag y en sus zapatos Drag-Queen en dónde se puede comprender la importancia de los desempeños en privado y en público, además de las maneras como “llamar la atención” del público utilizando una premisa muy particular “lo sencillo pero exagerado”, de esta manera drag y zapatos constituyen un nuevo ámbito de performance por medio del cual consolidan que los zapatos sean **evocadores, provocadores y convocadores**.

El caso de Yara Aristizábal, es especial, quizás un poco aislada, no existe una comunidad de “emprendedores” propiamente dicha, más bien se encuentran gremios –el caso de Ceinnova- y otras organizaciones gubernamentales y no –Cámara de Comercio de Bogotá, alcaldía de Bogotá, el gobierno nacional, entre otros- que apoyan incidentalmente ciertos aspectos de la cotidianidad de los emprendedores, lo característico de ellos es cierto grado de aislamiento o de soledad, pero apoyados indudablemente en una red de relaciones **confiables** de actores. Yara Aristizábal es capaz de dispositivar la creatividad, en términos

de una jugada estratégica acorde a la naturaleza de la crisis que está solucionando. Así las cosas, cuando dispositiva la creatividad, ella es capaz de traducirla en términos de innovación y de acotarla por medio de una serie de acciones muy claras, relacionadas con la apertura de un nuevo mercado, la introducción en el mercado de un nuevo bien, la introducción de un nuevo método de producción, la conquista de una nueva fuente de suministros o de productos o la implantación de una nueva estructura en el mercado.

Necesariamente las relaciones deben ser cualificadas en términos de asociación, negociación y coproducción. Se identifica asociación en la manera como Yara Aristizábal *dispone* su almacén y taller para no solamente para que cumpla el propósito de producción de diversidad de zapatos sino para hacerlo sostenible en el tiempo; Yara Aristizábal direcciona sus decisiones a partir del carácter de cada uno de los integrantes de la red de actores con los que cuenta, dependiendo de la naturaleza de la situación a resolver puede ajustar rápidamente el número de personas de apoyo (con esto garantiza un grado alto de **flexibilidad** organizacional) y el carácter de cada uno de ellos (Yara Aristizábal deposita su **confianza** en la manera de proceder de cada uno de ellos) en pro de brindar **inmediatez** en sus respuestas (recuérdese que ellos pueden producir un par de zapatos en 24 horas sin importar la complejidad del mismo) al tiempo Yara Aristizábal debe garantizar que quienes se encarguen del desarrollo tengan todos los recursos que requieran **a la mano** (condiciones ambientales, herramientas, suministros, materias primas, accesorios, entre otros). Cuando delega un trabajo cada actor, este asume el compromiso de construir respuestas de **calidad** no valen intentos fallidos o segundos intentos (hay estándares mínimos de presentación en los cortes, en las costuras, en el pegado, en el calidad del material y de los herrajes utilizados como también deberá haber estándares de atención al público entre otros) de esta manera se consolida un verdadero enfoque organizativo hacia el cliente, privilegiando y garantizando que los productos entregados cumplan rigurosos estándares de calidad. Parfraseando el *estilo de pensamiento* propuesto por Fleck (1986), me aventuro a conjeturar la existencia de algún tipo de *estilo de actitud*, en últimas la actitud como reflejo relacional del pensamiento. El tránsito reflexivo que implica descentrar la atención del pensamiento a la actitud posibilita tener en consideración aspectos tales como: Escalabilidad - Testarudez – Fortaleza – Repentismo – Constancia, como valores o capacidades individuales, pero con injerencia a toda la red de trabajo. Cuando se asocian aspectos de la red socio creativa con la **escalabilidad** se puede entender como capacidad de conectar dos o más cosas o situaciones que en principio no

tenían nada en común, las conexiones se pueden realizar en el mismo plano o en planos diferentes (la distancia entre planos dificulta en extremo las conexiones) la escalabilidad se evidencia en el anticiparse a los posibles impactos de la toma de decisiones y porque no su ajuste a medida que se va desarrollando; al tiempo la escalabilidad, requiere que la persona relativice los bordes o las fronteras paradigmáticas establecidas con anterioridad en su colectivo, para lograrlo se requiere una actitud **trasgresora**, para hacer las conexiones hace falta **atrevimiento**. Es necesario tener en consideración la capacidad de **errancia** (capacidad de perderse conscientemente) en los recorridos²⁸, la condición creativa implica cierto grado de irresponsabilidad-controlada, suena raro, está a la par de lo propuesto por Max Neef (1991) cuando caracterizaba uno de los aspectos del acto creativo a partir del “derivar en estado de alerta”, la errancia va a posibilitar diversidad en las conexiones exploradas, dichas conexiones pueden derivar en respuestas no necesariamente ajustadas al problema que se está resolviendo, más bien, nos muestra el camino en dónde se han explorado muchos desaciertos y pocos aciertos, es natural, que por cada idea buena hay cientos de ideas no tan adecuadas como respuesta -se habla de la cantidad de intentos fallidos para lograr uno exitoso-, esto puede ser frustrante para cualquier mortal, pero para el creativo es el aliciente para seguir intentándolo. Otro aspecto relevante para tener en consideración tiene que ver con el **repentismo** que se puede entender en términos de contingentes, frente al carácter de un problema, con un contexto determinado y una serie de recursos limitados (en muchos órdenes) se construye una respuesta “casi de la nada”. La **testarudez** y la **fortaleza** están asociadas a la constancia del trabajo, algunos lo podrían considerar como la disciplina de la rutina o del trabajo: debe estar uno convencido de que una idea no-común, que parece irrealizable para el colectivo logre traducirla en términos de sentido común, hay que ser testarudo para sacar adelante una idea o una situación que contradiga el sentido común del colectivo, las batallas que se han de dar para que la idea no sea hundida, al tiempo que se han de tener en consideración las diversas retóricas que se han de utilizar para validar su aplicación. Sobre la misma línea la fortaleza da cuenta de la seguridad de uno mismo, las personas atrevidas suelen contar con una experiencia de vida anterior importante y eso le puede reportar cierto grado de seguridad así sea temporal; estas dos cualidades como se dijo con anterioridad van de

²⁸ El sentido común nos brinda pistas en cuanto al proceder diacrónico (un estadio tras otro), muchos modelos de innovación se presentan de esta manera. Las construcciones arquitectónicas tradicionales se sirven de este precepto, en contraste las construcciones del arquitecto colombiano Rogelio Salmons invitan a la errancia.

la mano de la constancia y Doña Teresa las explicitaba cuando hablaba de su carácter, además son la razón para que como organización productiva y comercial, tanto Calzado Jhorbam como Calzado Yara Aristizábal hallan logrado mantenerse por más de 40 años en el mercado. Aunque se hable de red socio creativa, de manera implícita se habla de **soledad**, necesariamente se deben habilitar espacios de aislamiento para que las ideas se incuben en los individuos y mientras madura la idea o la situación, el trabajo que desempeñan históricamente Doña Teresa y Yara Aristizábal nos habla de soledad, ideas y decisiones que luego de ser tomadas tenían que viajar a la red de actores, tenían que estar en contigüidad, el respaldo del trabajo en equipo es fundamental para la validación y sostenibilidad de las ideas germinadas en soledad. El **trabajo en equipo** se debe fomentar en diversos lugares, no solamente en sitios formales sino en la informalidad de un pasillo, más aún no referido a un espacio sino a un momento, por ejemplo a la hora de partir un tinto; las reuniones de grupo “democráticas” para la puesta en común de las ideas o situaciones “originales” de cada uno de los actores integrantes de la red, porque cada uno puede aportar su visión, que todos se sientan contagiados del carácter creativo.

7.2.3 Modos

Al igual que la reconversión tratada con anterioridad como estrategia de adaptación, la recontextualización se constituye como proceso de comprensión y acomodación, de ciertos aspectos que pertenecen a los legos, desde la perspectiva académica. ¿Pudieron haberse llamado de la misma manera? Es posible, sin embargo, de entrada, quiero dejar claro que deseaba demarcar los procesos de adaptación en un sentido o en el otro, los procesos no son similares, solamente a manera de ilustración, mientras que para otros contextos es un proceso asociado a un tipo *vital* de conocimientos y de experiencias ya que de eso depende su subsistencia, para los académicos puede ser entendido como otro proceso más de reconocimiento que puede seguir engrosando su marco discursivo. Como se presentó con anterioridad **los modos de aplicación se detallan, a continuación en la primera parte de las conclusiones**, por el momento presento como anticipo algunos aspectos: Preservar la individualidad identitaria ante el colectivo / Coexistir al mismo tiempo con situaciones vernaculares – tradicionales y modernas / representación de deslocalización localizada, que se instala en la diversidad de puentes relacionales entre todos los puntos de la RED / Mirada Escalada / Derivar en estado de alerta / Respeto y tolerancia por la diferencia de otras maneras de proceder.

Conclusiones

Como se dijo en la justificación este no es un trabajo sobre creatividad, más bien es sobre creatividad situada. Esta manera particular de problematizar investigativamente la creatividad permitió conocer y comprender la naturaleza de la construcción social de Conocimiento Creativo tanto en Calzado Jhorbam como en Calzado Yara Aristizábal. El abordaje facilitó la construcción de sentido entorno a otros tipos de creatividades emergentes a ojos de los académicos. También arrojó un conjunto de aspectos que integran la Creatividad Situada, tenemos que el Conocimiento Creativo es: Polisémico / Calidad situada y localizada / Producto de relaciones / Velocidad de adaptación / Potenciador de negociaciones / Actor no – humano con agencia política infinita. Al tiempo que, también será *algo que*: Estimula / Soluciona crisis / Asociado al éxito / Que se materializa en innovaciones / Relevante para el trabajo.

El carácter de situado se reveló cuando prestamos atención a una red socio – creativa en exclusiva, cuando localizamos socialmente: actores, intereses, conocimientos, hechos, identidades, negociaciones y estilos en una MiPyme en particular, podremos hablar de “creatividad situada”. El eje central del estudio fueron los zapatos Drag Queen y la identificación de esos descriptores diferenciadores de análisis, que sirvieron para la comprensión del carácter de las ventajas competitivas de las MiPymes Calzado Jhorbam y Calzado Yara Aristizábal. No solamente, el *estudio de caso detallado* derivó en la construcción de descriptores sino en el trazado de sus conexiones potenciales, fortaleciendo redes temáticas de estudio que favorecieron la consolidación de repertorios analíticos de orden exploratorio, descriptivo, interpretativo, y explicativo en torno de las características del proceso de construcción social de conocimiento creativo situado, de ésta manera se pudo determinar cuáles son los aspectos que hacen, o marcan la diferencia para la MiPyme analizada

El conocimiento creativo como objeto de investigación se instaló en la identificación de los descriptores que permitieron la comprensión del **éxito** traducido en términos de supervivencia y sostenibilidad de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal en un contexto tan competitivo. El éxito pudo ser entendido como resultado de un proceso social. El éxito está relacionado con la alineación de una cantidad de factores motivados no solamente para sobrevivir el día a día de un mercado tan dinámico sino hacerlo sostenible en una gran

cantidad de tiempo, necesariamente ese éxito se relaciona de manera directa con el conocimiento creativo. **La creatividad es otra manera de decir que se pudo resolver un problema o una crisis de manera adecuada.** La investigación corrobora que lo creativo no es propiedad de unos pocos ‘elegidos’ a cambio es necesario para el Conocimiento Creativo su experiencia y reflexión como constructo social, en donde la diversidad de visiones de mundo “negociadas” de los actores y colectivos, imprimen dinámicas diferenciales de acción y relación. Para lo cual, fue necesario ampliar la comprensión, no solamente a un contexto en particular, a un objeto en cuestión, a la posible existencia de una red socio-creativa que se va construyendo a medida que se van sucediendo hechos sociales, con cada una de las negociaciones entre las partes de la MiPyme.

Cualquier tipo de consideración entorno a la Conocimiento Creativo no puede estar exento de la mirada histórica. Tener en consideración la **memoria y la tradición**, tanto de los individuos como de los colectivos. Dicha perspectiva posibilita una reflexión ampliada, que brinda luces en cuanto, a quienes fueron, qué tipo de conflictos enfrentaron, los modos de respuesta a dichos conflictos. Estos elementos hablan respectivamente de **determinación**, de **estrategia**, como elementos característicos de las crisis creativas como situación de borde. Al mismo tiempo la memoria y la tradición son importantes en los demás actores que constituyen la red.

Difícilmente Yara Aristizábal hubiese podido consolidar su apuesta emprendedora, sino es con el acompañamiento inicial y la tutela de Doña Teresa Hurtado, en ella se fundamenta una variedad de “experiencias de vida” que consolidan un “horizonte de expectativas” capaces de combinarse con situaciones reales, características de la “cultura del rebusque” para modificarse. Yara Aristizábal direcciona sus decisiones a partir del carácter de cada uno de los integrantes de la red de actores con los que cuenta, dependiendo de la naturaleza de la situación a resolver puede ajustar rápidamente el número de personas de apoyo (con esto garantiza un grado alto de **flexibilidad** organizacional) y el carácter de cada uno de ellos (Yara Aristizábal deposita su **confianza** en la manera de proceder de cada uno de ellos) en pro de brindar **inmediatez** en sus respuestas (recuérdese que ellos pueden producir un par de zapatos en 24 horas sin importar la complejidad del mismo) al tiempo Yara Aristizábal debe garantizar que quienes se encarguen del desarrollo tengan todos los recursos que requieran **a la mano** (condiciones ambientales, herramientas, suministros, materias primas, accesorios, entre otros). Cuando delega un trabajo cada actor, este asume el compromiso de construir respuestas de **calidad** no valen intentos

fallidos o segundos intentos (hay estándares mínimos de presentación en los cortes, en las costuras, en el pegado, en la calidad del material y de los herrajes utilizados como también deberá haber estándares de atención al público entre otros) de esta manera se consolida un verdadero enfoque organizativo hacia el cliente, privilegiando y garantizando que los productos entregados cumplan rigurosos estándares de calidad.

El tránsito reflexivo que implica descentrar la atención del pensamiento a la actitud posibilita tener en consideración aspectos tales como: Escalabilidad - Testarudez – Fortaleza – Repentismo – Constancia, como valores o capacidades individuales, pero con injerencia a toda la red de trabajo. Cuando se asocian aspectos de la red socio creativa con la **escalabilidad** se puede entender como capacidad de conectar dos o más cosas o situaciones que en principio no tenían nada en común, las conexiones se pueden realizar en el mismo plano o en planos diferentes (la distancia entre planos dificulta en extremo las conexiones) la escalabilidad se evidencia en el anticiparse a los posibles impactos de la toma de decisiones y porque no su ajuste a medida que se va desarrollando; al tiempo la escalabilidad, requiere que la persona relativice los bordes o las fronteras paradigmáticas establecidas con anterioridad en su colectivo, para lograrlo se requiere una actitud **trasgresora**, para hacer las conexiones hace falta **atrevimiento**. Otro aspecto relevante para tener en consideración tiene que ver con el **repentismo** que se puede entender en términos de contingentes, frente al carácter de un problema, con un contexto determinado y una serie de recursos limitados (en muchos órdenes) se construye una respuesta “casi de la nada”. La **testarudez** y la **fortaleza** están asociadas a la constancia del trabajo, algunos lo podrían considerar como la disciplina de la rutina o del trabajo: debe estar uno convencido de que una idea no-común, que parece irrealizable para el colectivo logre traducirla en términos de sentido común, hay que ser testarudo para sacar adelante una idea o una situación que contradiga el sentido común del colectivo, las batallas que se han de dar para que la idea no sea hundida, al tiempo que se han de tener en consideración las diversas retóricas que se han de utilizar para validar su aplicación.

Aunque se hable de red socio creativa, de manera implícita se habla individualidad o de **soledad**, necesariamente se deben habilitar espacios de aislamiento para que las ideas se incuben en los individuos y mientras madura la idea o la situación, el trabajo que desempeñan históricamente Doña Teresa y Yara Aristizábal nos habla de soledad, ideas y decisiones que luego de ser tomadas tenían que viajar a la red de actores, tenían que estar en contigüidad, el respaldo del trabajo en equipo es fundamental para la validación y

sostenibilidad de las ideas germinadas en soledad. El **trabajo en equipo** se debe fomentar en diversos lugares, no solamente en sitios formales sino en la informalidad de un pasillo, más aún no referido a un espacio sino a un momento.

A continuación, se desarrollan al detalle, los **modos de aplicación** planteados con anterioridad:

- Los académicos estamos acostumbrados a los marcos, a los paradigmas, sobre todo si son hegemónicos, estar y hablar desde un paradigma es agradable ya que se recorren caminos seguros y, se viaja bajo la estela de una identidad colectiva prestada a todos los actores. *La recomendación se orienta, que a pesar de la identidad colectiva siempre se ha de motivar la creación y cultivo de identidades particulares. De esta manera cada integrante tendría potencialmente algo que decir. Fortaleciendo de paso las relaciones colectivo – individual.*
- Es corriente que, en las MiPymes, coexistan al mismo tiempo y espacio, modos vernaculares, tradicionales y modernos. No solamente en términos de pensamiento sino en los procesos de producción, también en prácticas cotidianas económicas (el trueque junto a los cheques sin fondo de Doña Teresa). Se echa mano de todo aquello que pueda servir para mantenerse a flote, en medio de tanta crisis de tanta inestabilidad. *La recomendación se orienta, a perpetuar y desacralizar (al mismo tiempo) el paradigma establecido. La importancia de la perpetuación no se discute, pero con la desacralización se revisan paradigmas emergentes, se contrastan con el hegemónico, se exploran nuevas respuestas y validaciones. La aceptación de varias maneras de proceder posibilita la exploración de nuevos horizontes de trabajo y de representación del mundo.*
- Más que un modelo de orden jerárquico, en dónde la idea de lo sistémico y lo sistemático serían preponderantes ya que perpetuarían la hegemonía de representación del centro, *se recomienda una representación de deslocalización localizada, que se instala en la diversidad de puentes relacionales entre todos los puntos. Esto no lo puede subsanar una simple representación de una red, más bien sería un **rizoma**, en donde cada punto está conectado con todos los otros puntos constitutivos, de manera independiente. Es una invitación a los académicos a mirar el todo como la minucia del detalle, al mismo tiempo. Es una invitación a que se aprenda a mirar de manera escalada acorde a la naturaleza del problema que se esté solucionando.*

- Separarse de los marcos o paradigmas puede ser un ejercicio angustiante para aquellos expertos “centrados” el tomar distancia, puede dar cabida a otros tipos de experiencias y de conocimientos. Algo que se aprende del trabajo investigativo, es que muchas decisiones de los legos se toman sin manejar al detalle todas las variables, hay un reconocimiento previo, caracterizado por el manejo intuitivo de ciertos actores que se va perfeccionando con la experiencia. La solución de cualquier problema se ve acompañada por procesos de incertidumbre y de certidumbre que viajan sincrónicamente, la incertidumbre siempre va a acompañar los actos creativos, diría es vital para la creatividad. *Como recomendación planteo la importancia de “habitar” la incertidumbre, de aceptar su carácter y naturaleza, además de sacarle provecho, creativamente hablando. La incertidumbre no se puede normalizar ya que dependerá de quien la constituya, de su visión de mundo y de la naturaleza del problema que está solucionando y de los recursos (exiguos o amplios) que disponga. La invitación es a correr el riesgo y como lo decía hace muchos años el profesor – arquitecto Camilo Ospina, de la Escuela Diseño Industrial “quién quita de pronto aprenda”.*
- A la par García Canclini (1998) y Escobar (2007: 147) discuten hipótesis de “los procesos generadores de modernidad que operan sustituyendo lo tradicional por lo moderno”. *A manera de recomendación, esta discusión debería instalarse, en nuestra investigación, en los planos por el “respeto y la tolerancia” como valores de aproximación comprensiva del mundo de los doctos al mundo de los legos. Acá es dónde toma importancia “la página en blanco” propuesta con anterioridad, ya que representa un intento de perdida de las fronteras entre los dos mundos. Un espacio docto – híbrido o lego híbrido simultáneos caracterizados “por continuos intentos de renovación”.*
- Haber realizado un estudio de caso y en particular haber utilizado la etnografía como técnica metodológica permitió el reconocimiento de conocimientos, pero sobre todo experiencias, que no se instalan en la *razón* sino en el *sentir*, y se relaciona con el ejercicio desarrollado en este capítulo cuando se abordaron las *autenticidades* y las *astucias* como maneras de caracterizar en buena parte la *atmosfera* organizacional de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal. La traducción en términos teóricos y prácticos de lo que se alcanza a experimentar en estos espacios, no debe violentar ni tergiversar su naturaleza. Pero sí queda latente la pregunta ¿Cómo traducir la vitalidad de la MiPyme? *Se recomienda que los*

procesos de traducción, como lo plantea Eco (2008) estén relacionados con “decir casi lo mismo”, es complicado verbalizar la cantidad de intuiciones y sentires que se comparten, seguramente una pista importante la sugiere Escobar (2012: 418) cuando refiere que “Este proceso de traducción tiene que oscilar entre propuestas concretas basadas en las diferencias culturales existentes -con el propósito de fortalecer las diferencias insertándolas en estrategias políticas y experimentos socioeconómicos autodefinidos y autodirigidos- y la apertura de espacios para desestabilizar los modos dominantes del saber, de manera que se disminuya la necesidad de las formas más violentas de traducción”.

- La vitalidad la identifica Escobar (2012: 411), como “prácticas que se resisten al ordenamiento narrativo, oscilando entre épocas históricas, lo individual y lo colectivo, la alienación y la inmersión en lo mágico”. Su proceso de teorización (autenticidades y astucias), implica el riesgo del agotamiento del imaginario, del repentismo, de la variedad de tradiciones vernaculares que vivencian en cotidianidad en las MiPymes. *Se recomienda constituir un proceso de identificación detallada de la reconversión de las prácticas de los actores (primordiales, intermediarios y usuarios), teniendo en consideración las inequidades en los recursos, las dificultades en el acceso a los procesos de formalización económica, productiva. Dicho proceso se ha de caracterizar por ser dinámico - rizomático entre el saber de las MiPymes representado en la diversidad de actores, situaciones, estrategias y el conocimiento formal – docto.*
- García Canclini (1998), reflexiona sobre la modernización y su disminución del papel “de lo culto y lo popular tradicionales en el conjunto del mercado simbólico, pero no los suprime. Reubica el arte y el folclor, el saber académico y la cultura industrializada, bajo condiciones relativamente semejantes. El trabajo del artista y del artesano se aproximan cuando cada uno experimenta que el orden simbólico específico que nutría es redefinido por la lógica de mercado. Cada vez pueden sustraerse menos a la información y a la iconografía modernas, al desencantamiento de sus mundos autocentrados y al reencantamiento que propicia la espectacularización de los medios. Lo que se desvanece no son tanto los bienes antes conocidos como cultos o populares, sino la pretensión de unos y otros de conformar universos autosuficientes y de que las obras producidas en cada campo sean únicamente “expresión” de sus creadores”. (18). *Los procesos de reconversión y de recontextualización son aportes significativos de adaptación y*

traducción, que procuran mantener el circuito de conocimiento de manera simétrica, su instrumentalización posibilita fortalecer los vasos comunicantes entre los académicos y legos. Favorecer dichos procesos no como norma derivada de alguna política gubernamental sino como parte constitutiva del quehacer docto y lego es primordial.

A continuación, algunas **recomendaciones**, a tener en consideración por las MiPymes.

- Como se comentó con anterioridad hacer empresa no es una tarea sencilla, se requiere de una disposición especial para sobrellevar muchas situaciones críticas, que son el común denominador de la cotidianidad en las MiPymes. *Como recomendación orientadora, para aquellos emprendedores que desean iniciar “empresa”, es que no solo basta “saber hacer algo” o “dominar una técnica en particular”, es necesario saber escalar la organización en términos económicos (viabilidad - factibilidad) al tiempo de estar al día en cuanto al desarrollo político (normas - proyectos) que fácilmente pueden ayudar o hundir un emprendimiento, sin descuidar aspectos productivos (materiales – proveedores - procesos de manufactura, costos, capacidad instalada, entre otros), y aspectos socioculturales ya que se deben constituir redes de apoyo.*
- Los equipos de trabajo y las redes de cooperación son vitales para el emprendimiento. *Como recomendación, se deben identificar y constituir redes en varios niveles de interés: por ejemplo, redes de apoyo para la producción, redes de apoyo de proveedores, redes de apoyo de ciertos bienes y servicios que no posea o no sea de su interés (la estrategia de la tercerización de Yara Aristizábal, se soportada sobre el trabajo de los satélites es un ejemplo interesante a tener en cuenta), redes de apoyo para la gestión y logística, redes de apoyo para la visibilidad y la divulgación, redes de apoyo estratégicas (dependiendo del tipo de trabajo que este atendiendo, se encenderán o apagarán), entre otras.*
- Aunque históricamente han existido esfuerzos orientados a la estructuración de un centro, recuérdese, por ejemplo, los intentos de constituir el barrio Restrepo como “Centro Comercial y de Desarrollo” a diferencia de lo que existe el día de hoy “centro de comercio”, comerciantes y productores reunidos más geográficamente que no bajo la tutela de identidad que trascienda los intereses personales sobre el beneficio del colectivo. *Se recomienda trabajar en la constitución de una red estratégica de asociación, para consolidar un verdadero “Centro de Comercio y*

Desarrollo” con él estructurado, se posibilitan negociaciones en conjunto, frente otros actores del mercado, por ejemplo, negociar con otros centros de proveedores de materiales o de accesorios – herrajes, o con centros de producción de plásticos para mejorar no sólo las presentaciones formales de los tacones o suelas sino su resistencia física. De igual manera como “centro” podrían entrar a negociar con los bancos o instituciones de crédito ya que se pueden definir tasas de interés más atractivas. Más aún, aspectos tales como imagen e identidad se podrían solventar mejor.

- *¿De qué se debería armar un futuro emprendedor para iniciar empresa? Diría que, de mucha astucia y entereza, como valores representativos no solo personal sino de la organización. Frente a la dinámica de un medio tan inestable además que competitivo, el mercado, requiere personalidades adecuadas, críticas, que “no traguen entero”, ya que de ese emprendimiento dependerá su subsistencia, su vida, de acá la importancia de comprender estas empresas en términos de “vitalidad” o “agonísticamente” también. Como recomendación ¿Por qué no pensar en gestionar la cordialidad? Además de la gestión de otros valores vitales, pero relegado por la idea del mercado y del progreso, ya que no se consideran adecuados, como si una actitud ética del emprendedor pudiera entrar a discusión Fomentar las relaciones interpersonales, hace parte de todo ese acervo de habilidades que se requieren para emprender.*
- *Comprender que no “todo” podrá ser abordado y desarrollado por el emprendedor y su organización es un paso importante para tener en consideración. Está relacionado con el aprender a delegar en otras personas o redes, parte de la responsabilidad. Se recomienda actuar en concordancia con la constitución de una red socio estratégica escalada a la capacidad instalada y a los intereses de crecimiento de la organización.*
- *Los doctos acostumbran a realizar programas de “vigilancia” para estar informados de primera mano, acerca de los avances o desarrollos de la competencia. Se recomienda constituir un programa de vigilancia en los mismos términos y con la misma finalidad. Al mismo tiempo de constituir programas de contingencia variados para dar respuestas claras, oportunas e inmediatas.*
- *De igual manera, los doctos acostumbran a identificar el paso a paso de sus acciones y a esto lo denominan “trazabilidad”. Se recomienda consolidar una verdadera Cultura del registro, con el ánimo de documentar la naturaleza de tantas*

situaciones que suceden al interior de la organización y que por falta de registro se han olvidado, condenando a la organización a cometer los mismos errores. Del registro se aprende, pero a la vez se preserva la “tradicción” de la empresa. Es importante desarraigar la historia de la empresa de las cabezas de ciertos actores y registrarlos de manera adecuada.

Detalle a continuación las conclusiones generales de la investigación:

Se pudo realizar un estudio de caso detallado, que permitió comprender la creatividad como una cualidad situada y localizada al momento de configurar un par de zapatos Drag Queen, a partir de la reconstrucción de la identidad de los diversos actores que coparticipan en una red sociotécnica. Sin descuidar en tal proceso su incidencia en las dinámicas de construcción social de conocimiento creativo, en al menos una pequeña organización productiva, en la ciudad de Bogotá.

Hacer etnografía para un no etnógrafo fue considerablemente difícil, el trabajo etnográfico tardó cerca de tres años tiempo en el cual se acompañó y registró -en buena medida se fue aprendiendo sobre el carácter etnográfico- buena parte de la cotidianidad de la MiPyme Calzado Yara Aristizábal, organización productiva perteneciente a la Cadena del Cuero Calzado y la Marroquinería, en la ciudad de Bogotá, que comercializa y produce diversidad de zapatos, pero específicamente reconocida por la producción de zapatos Drag Queen. Esta empresa en particular logra mantenerse por más de 40 años en el mercado, a pesar de tanta inestabilidad y volatilidad, a pesar de la competencia desleal (contrabando y de los zapatos chinos), la idea de sostenibilidad está asociada a cierto tipo de éxito; un éxito matizado por una gran cantidad de altibajos, pero que da cuenta de cómo las jugadas estratégicas, en su momento, fueron las adecuadas a la naturaleza de la crisis que se estaba sorteando. Aunque inicialmente se había propuesto un estudio ampliado de varias MiPymes, la densidad del trabajo etnográfico perfiló detallar a profundidad la cotidianidad de una sola MiPyme: calzado Jhorbam que luego de la gran crisis se renombraría como calzado Yara Aristizábal. Considero importante las reflexiones derivadas del estudio detallado en una sola MiPyme ya que, aunque se identificaron algunos descriptores y retóricas muy particulares a la naturaleza de la MiPyme también se identificaron algunos otros susceptibles de ser utilizados en otros contextos.

El trabajo etnográfico posibilitó el análisis de buena parte de los **micro procesos** de las negociaciones a partir de las identidades de los diversos actores, específicamente entre los productores y Zaza – Drag. Aunque no estuve presente cuando Zaza – Drag mandó a hacer sus “botas de Fauno” para Halloween, pude rastrear y recomponer buena parte del proceso de negociación a partir de sus mundos identitarios. El estudio permitió comprender como el mismo zapato entendido como significante, desemboca diversos significados, por ejemplo, Don Jorge asociaba los zapatos tipo Fauno, primero como cascos de caballo, luego los caracterizaba por su complejidad formal al no poseer tacón de apoyo y remataba destacando la dificultad del peso y de la unión de la gran suela (veinte y medio) a los zapatos como problema estructural (ya que soportaría peso de un hombre y servirían para desplazarse); para el caso de Don José asociaba los zapatos a un trabajo de “abrazar cada pierna” en dónde el confort traducido en la sobre - medida del zapato era la premisa, esto implicó que Don José tuvo que resolver situaciones de “escalado de cada pierna”, maneras de abertura y cierre alternativas, selección de la calidad del cuero adecuado a todos los movimientos que realizaría Zaza – Drag; para Zaza – Drag, los zapatos los asociaba con llamar la atención pero a partir del precepto, casi recitado “lo sencillo pero exagerado” que constituye la naturaleza del estilo sobre el cual se soporta Zaza -Drag para hacer público algo que tradicionalmente mantiene en privado.

Sobre la misma línea anterior, fue posible determinar el modo cómo la identidad se coproduce en la relación productor - usuario y la manera como llega a permear la configuración del producto zapatos Drag Queen. Cuando conozco a Zaza – Drag, estaba dichosa con un “arreglo” extra a sus zapatos Drag Queen que había encargado a Don José, ella se había dado cuenta de cierto tipo de limitación que tenían los zapatos originales para un adecuado desempeño en sus performance, los zapatos le quedaban cortos ya que escasamente le llegaban a la rodilla (se había equivocado al mandarlos hacer inicialmente), así que, opto por una “extensión” que cubriera completamente las rodillas y le permitiera mayor movilidad y libertad de movimientos en sus presentaciones, fui testigo del trabajo realizado por Don José para cumplir al detalle los deseos de Zaza – Drag, también fui testigo de la emoción de Zaza – Drag a la hora de recibir los zapatos con las adecuaciones realizadas. La situación de que Zaza – Drag permanezca fiel al productor original de los zapatos, habla de la confianza que tiene, confianza no sólo por la calidad del trabajo sino por garantizar que el “arreglo” sea concordante con el trabajo original. Frente a la imagen identitaria de Zaza -Drag, Don José los traduce en solución de todos

los requerimientos productivos necesarios, al mismo tiempo Zaza – Drag no sólo *impone* dichos requerimientos, sino que *dispone* performativamente el trabajo *puesto* por Don José.

Gracias a los zapatos Drag Queen, se pudo reconocer una trama de conexiones particulares al interior de una pequeña organización productiva denominada calzado Yara Aristizábal. Se pudo comprender la naturaleza del trabajo de Doña Teresa Hurtado y su negociación con el carácter de cada crisis que encontraba en su cotidianidad, primero como comerciante y luego como productora de zapatos, de cada crisis se aprendía algo que iban consolidando una “cultura del rebusque” que muchas veces, no necesariamente está explícita, más bien es tácita, como lo refería Yara Aristizábal cuando hablaba de cierta capacidad de su mamá para identificar el “producto machete”. Está asociada a la lectura que se debe realizar para determinar si una situación o propuesta de trabajo se puede traducir como oportunidad de negocio, o sea una apuesta teleológica, es la situación que involucra a dos vendedoras cuando por primera vez llegan a preguntar si pueden realizar unos “zapatos diferentes” Rosa Tocancipá y compañía tuvieron la capacidad de comprometer la capacidad instalada a sabiendas que con anterioridad no se había realizado trabajo de esa complejidad, pero fue Doña Teresa quien determinó el perfil de negocio que escondían los zapatos Drag Queen. Cuando Yara Aristizábal se integra a la MiPyme trae toda una experiencia de mundo importante, es vital el tiempo de transición cuando acompaña a su mamá como co - administradora de calzado Jhorbam para enfrentarse a su crisis más compleja en el año 2012; la naturaleza de su “jugada estratégica” da cuenta del tamaño del problema en la que estaban metidos, con el tiempo se comprende que las decisiones concretas y rápidas tenían sentido: ajustar la “razón social” a calzado Yara Aristizábal, cambiar de estrategia de producción más pensada en el trabajo de los satélites que en los productores de planta, mantener a las vendedoras – impulsadoras y contratar un nuevo y único productor de planta -Don José-, mantener un modelo de servicio más pensado en el cliente o usuario -para nuestro caso la drag-, le brindaban un valor de flexibilidad y rápido ajuste a la complejidad de mercado a la que se enfrentaba. El carácter identitario de Doña Teresa y de Yara Aristizábal implicaba que sus decisiones tenían que ser prontas y acorde a la capacidad instalada de la MiPyme, además previendo en disminuir al máximo los efectos negativos (este es un trabajo que formalmente se resuelve mediante modelos de optimización) a corto plazo, recordar el momento de ampliación de la empresa -con la productora en el barrio Olaya- pero también

el momento de cerrarla, quedándose con su espacio tradicional de la calle 17. Ya entre los capítulos dos, tres y siete se abordaron algunas características que cualifican el carácter del emprendedor, tenemos que ante las crisis se requiere como capacidades primordiales la Fortaleza y Constancia, sin descuidar otras tales como: confianza, flexibilidad, inmediatez, calidad en el trabajo desarrollado, escalabilidad, testarudez, errancia, constancia. Todo está hace parte de una actitud trasgresora necesaria para hacer conexiones atrevidas, sin dejar de lado características tales como el gusto por el trabajo, la responsabilidad y la autoridad que se refleja tanto en el trabajo individual como en el trabajo en equipo, el trabajo en red. Claro está, aunque son capacidades esenciales para la creatividad siempre han de ser revisadas en el marco de “lo situado” en un contexto en particular, debido a la contingencia, su extensión a otros contextos implicará que se destaquen otros aspectos acá no revisados.

Fue posible estudiar como el ambiente de la organización se consolidó como pieza determinante en la dinámica de la construcción social de conocimiento creativo. Al tiempo se evidenció como se negocian y consolidan diversas lógicas apropiación del ambiente. Por ejemplo, para el caso del espacio y su relación tanto con los actores humanos como no humanos dejan una huella que se puede traducir en términos de estilo no sólo de apropiación sino de visión de mundo. Revisar como se consolida la construcción de conocimiento creativo en el ámbito de la MiPyme nos habla de ordenamiento, de las diversas maneras cómo se apropia o se habita cada uno de los lugares. El caso de Don José es excepcional como lo referí con anterioridad, su lógica de ordenamiento no encajaba con mi estructura lógica, así que tuve que aceptar otras maneras de ordenamiento diferentes a las mías, este es un aprendizaje significativo ya que, con las condiciones mínimas de trabajo, el resultado aportado a los zapatos Drag Queen en términos de calidad siempre es de calidad. Con la mínima cantidad de recursos se produce un desdoblamiento, en términos de optimización y se constituyen respuestas interesantes. De igual manera, la forma como Doña Teresa Hurtado y luego Yara Aristizábal ordenan el espacio para recibir a sus usuarios ya sean hombre o mujeres, es importante comprender que ante tanta diversidad de zapatos que se ofertan, los zapatos Drag Queen siempre se destacan, esto a la vez dificulta el sitio donde han de ser exhibidos. Pensar en su exhibición implica tener en cuenta el manejo de la luz, también tener en cuenta qué zapato se coloca a su lado, la altura de exhibición, la rotación en tiempo de productos exhibidos, el cambio de modelos de zapatos exhibidos, entre otras. Otro aspecto de la apropiación del ambiente

que se destaca tiene que ver con la identificación que hace Doña Teresa cuando da cuenta del sitio especial o “apartado privado” para que aquellos hombres que desean probarse sus zapatos Drag Queen lo puedan hacer con plena libertad, acá identifico una respuesta de construcción de conocimiento creativo, como también en el aprovechamiento que realiza Yara Aristizábal del espacio que ella tiene arrendado cuando subarrienda pequeños espacios como “concesiones” y el gana – gana derivado de la gestión, también es necesario dar el crédito en cuanto al aprovechamiento al máximo del espacio, fui testigo de cómo se transformaba la parte trasera del espacio, en un espacio adecuado para impartir algunas clases en su nueva “academia”. El ambiente limita, pero al mismo tiempo posibilita diversos encuentros para la negociación de identidades.

Desde el mismo desarrollo del anteproyecto de investigación se pensó en la importancia de proponer un conjunto de recomendaciones, a partir del estudio de caso detallado, para pensar nuevas políticas para el desarrollo de las MiPymes, que valoren sus posibilidades de creación de conocimiento y competitividad. Como se revisó uno de los factores que inciden en que un alto número de emprendimientos que se inician cada año fracasen, se debe al desconocimiento de las realidades tan competitivas y de los manejos de estrés tan altos que manejan a diario los emprendedores. No es sencillo hacer emprendimiento o hacer sostenible una MiPyme. Se requiere consolidar un ambiente organizacional adecuado a los productos o servicios que se van a desarrollar, de igual manera, es necesario fortalecer la consolidación de una verdadera “cultura organizacional” enfocada hacia la creatividad -antes que a la innovación- una de las maneras de fortalecer la innovación al interior de la organización consiste en robustecer la naturaleza de la construcción de su conocimiento creativo. La proposición de posibilidades para pensar nuevas políticas debe pasar necesariamente por las relaciones de enseñanza – aprendizaje, analizados de manera adecuada por una pedagogía situada a las realidades de cada MiPyme.

Bibliografía

- Abellán, M. (2011). *Shoes: Fashion & desire*. (B. traducciones, Trad.) Barcelona, España: Instituto Monsa de Ediciones.
- Acero, J. (24 de 05 de 2016). Primer Encuentro. (S. Herrera, Entrevistador)
- Aristizábal Hurtado, Y. (12 de Mayo de 2015- mañana). Primer Encuentro. (S. Herrera, Entrevistador) Grabación digital. Bogotá.
- Aristizábal, Y. (12 de Mayo de 2015- tarde). 12 de Mayo. (S. Herrera, Entrevistador) Grabación digital. Bogotá.
- Aristizábal, Y., & Hurtado, T. (10 de 11 de 2015). 10 Noviembre. (S. Herrera, Entrevistador)
- Aristizábal, Y. (26 de 10 de 2016). 26 de Octubre. (S. Herrera, Entrevistador)
- Ashmore, M., & Restrepo, O. (20 de Octubre de 2014). *¿Por qué Bogotá? Lo local, lo global y lo interesante - en modo reflexivo*. Traducción de conferencia. Bogotá, Colombia.
- Barrios, G. (29 de Octubre de 2016). Primera entrevista - administradora. (s. Herrera, Entrevistador) Cundinamarca, Colombia.
- Bauman, Z. (2003). *De peregrino a turista, una breve historia de la identidad*. En S. & Hall, *Cuestiones de identidad cultural* (H. Pons, Trad., pág. 314). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Benjamin, W. (1982). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. En W. Benjamin, *Discursos Ininterrumpidos*. Barcelona, España: Taurus.
- Bruner, J. (1999). *Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia* (5a ed.). (B. López, Trad.) Barcelona, España: Gedisa.
- Calvino, I. (2007). *Todas las cosmicómicas*. (Á. Sánchez-Gijón, Trad.) Madrid, España: Ediciones Siruela.
- Cantó, P. (22 de 03 de 2018). *Guía básica para entender 'RuPaul's Race'*. (E. País, Productor) Recuperado el 22 de 03 de 2018, de Verne: verne.elpais.com
- Cortázar, J. (2013). *Clases de literatura*. Berkeley, 1980. (C. Á. Garriga, Ed.) Bogotá, Colombia: Alfaguara.
- Cortés Amador, C., & Quintero Campos, L. J. (2011). *Cultura Innovadora, Estudios de caso: sociología de las Pymes en Colombia*. Bogotá D.C., Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto*. (C. Giménez, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- De Quesada, A. E. (2001). *Creación y proyecto: el método en diseño y otras artes*. Valencia, España: Institució Alfons el Magnànim.
- Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Barcelona: Paidós.
- Drag, Z. (17 de Noviembre de 2016). Drag . Primera entrevista 2016-11-17. (S. Herrera, Entrevistador)
- Drag-Eiko. (26 de 05 de 2017). Youtube. Recuperado el 22 de 03 de 2018, de Preguntas y respuestas (más que make up) - Youtube: www.youtube.com
- Don-José. (29 de 10 de 2015). Entrevista Don José (Septiembre -29). (S. Herrera, Entrevistador) Digital.
- Don-José. (24 de Mayo de 2016). Entrevista 24-mayo. (S. Herrera, Entrevistador)
- Dubet, F. (2010). *Sociología de la Experiencia*. (G. Gatti, Trad.) Madrid, España: UCM Editorial Complutense.

- du Gay, P. (2003). *Organización de la identidad: gobierno empresarial y gestión pública*. En S. & Hall, Cuestiones de identidad cultural (H. Pons, Trad., págs. 251 - 280). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Duhigg, C. (2012). *El poder de los hábitos: por qué hacemos lo que hacemos en la vida y en la empresa* (3 ed.). (A. s. Millet, Trad.) Navarra, España: Urano.
- Eco, U. (2008). *Decir casi lo mismo: experiencias de traducción*. (1 ed.). (H. Lozano Miralles, Trad.) Bogotá., Colombia: Lumen.
- ElPaís.com.co. (31 de Enero de 2013). *Zapatos chinos tienen en riesgo 100.000 empleos del sector del calzado*. Economía. Recuperado el 06 de 08 de 2017, de <http://www.elpais.com.co/economia/zapatos-chinos-tienen-en-riesgo-100-000-empleos-del-sector-del-calzado.html>
- El país. (1 de Marzo de 2017). *El carnaval de Las Palmas corona una provocadora Virgen Drag*. Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de https://elpais.com/elpais/2017/02/28/videos/1488268329_627232.html
- Escobar, A. (2007). *la invención del tercer mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Escorsa Castells, P., & Valls Pasola, J. (1997). *Manual de gestión e innovación tecnológica en la empresa*. Santiago de Chile: Alfabetas Artes gráficas.
- Foucault, M. (1999). *Estrategias de poder*. (J. Varela, & F. Álvarez-Uría, Trads.) Barcelona, España: Paidós Básica.
- Gadamer, H.-G. (1991). *La actualidad de lo bello* (1 ed.). (A. G. Ramos, Trad.) Barcelona, España.: Paidós.
- García Canclini, N. (1998). *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. (391 ed.). Mexico D.F, Mexico: Grijalbo.
- Gardner, H. (2011). *Verdad, belleza y bondad reformuladas: la enseñanza de las virtudes en el siglo XXI*. (1 ed.). (M. P. Moreno, Trad.) Barcelona, España: Paidós.
- Gish, L., Clausen, C., & Hansen, T. (2009). *A case study of idea work in the early phases of product development*. International conference on engineering design, ICED'09. California: Stanford University.
- Guerri, C., Acebal, M., & etal. (2016). *Nonágono semiótico: un modelo operativo para la investigación cualitativa*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones UNL - Eudeba Universidad de Buenos Aires.
- Grossberg, L. (2003). *Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso?* En S. & Hall, Cuestiones de identidad cultural (H. Pons, Trad., págs. 148 - 180). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Hall, S. (2003). *¿Quién necesita 'identidad'?* En S. & Hall, Cuestiones de identidad cultural (H. Pons, Trad., págs. 13 - 39). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Hincapie, n. (1995). *Unidades de producción familiar de artículos de cuero: Caso barrio Restrepo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia - Tesis facultad de sociología.
- Hurtado de Aristizábal, M. T. (28 de 10 de 2015). *Calzado Jorban*. (S. Herrera, Entrevistador) Digital.
- Kreimer, P. (2005). *Estudio preliminar El conocimiento se fabrica. ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cómo?* En K. Knorr Cetina, La fabricación del conocimiento. Un ensayo sobre el carácter constructivista y contextual de la ciencia (1 ed., pág. 366). Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Mol, a. (2002). *The body multiple: ontology in medical practice*. Durhan and london: Durhan University Press.
- Moles, A. (1990). *El kitsch: el arte de la felicidad*. (J. Ludmer, Trad.) Barcelona, España: Paidós estudio.

- Morss-Buck, S. (2011). *Dialéctica de la mirada Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. (N. Rabotnikof, Trans.) Madrid: La balsa de la Medusa.
- Nachmanovitch, S. (2011). *Free Play: la improvisación en la vida y en el arte*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Barrendero Ediciones.
- Precht, R. D. (2009). *¿Quién soy y... Cuantos?: Un viaje filosófico*. (M. J. Buzzi, Trad.) Barcelona, España: Ariel.
- ¿Qué es ser una Drag? (13 de 10 de 2017). Youtube.com. Recuperado el 24 de 02 de 2018, de ¿Qué es ser una Drag?: <https://www.youtube.com/watch?v=pAzeOZMJexc>
- Ramírez, A. (29 de Octubre de 2016). Entrevista 29 - 10 - 2016. (S. Herrera, Entrevistador)
- Samper Ospina, J. (18 de 02 de 2001). *Las cavernas del centro comercial*. Recuperado el 24 de 05 de 2018, de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-617517>
- Saramago, J. (2003). *La Caverna*. (P. d. Rio, Trad.) Madrid, España: Alfaguara.
- Schot, J., & de la Bruheze, A. A. (2003). *The mediated design of products, consumption, and consumers in the twentieth century*. En N. Oudshoorn, T. Pinch, N. Oudshoorn, & T. Pinch (Edits.), *The co-construction of users and technologies*. (págs. 229 - 245). London, England: The MIT Press Cambridge, Massachusetts.
- Simon, H. (1988). *The Science of design: creating the artificial*. Design Issues, IV(1 & 2).
- Sennet, R. (2009). *El artesano* (1 ed ed.). (M. A. Galmarini, Trad.) barcelona, España: Anagrama.
- Tarkovski, A. (2002). *Esculpir el tiempo: reflexiones sobre el arte, la estética y la poética*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Tocancipá, R. (29 de Octubre de 2016). Primera entrevista. (S. Herrera, Entrevistador) Bogotá, Cundinamarca, Colombia.
- Villena, M. A. (11 de 01 de 2001). *Saramago explica que la caverna de hoy son los escaparates de centros comerciales*. Recuperado el 24 de 05 de 2018, de El País: https://elpais.com/diario/2001/01/11/cultura/979167601_850215.html
- Ulrich, k., & Eppinger, S. (2004). *Diseño y desarrollo de productos: enfoque multidisciplinario* (3 ed.). (R. V. Álvarez, Trad.) México, México: McGraw Hill.
- Vass, L. &. (2006). *Zapatos de Caballero: hechos a mano*. (M. Gratacós i Grau, Trad.) Barcelona, España: Könemann.
- Yvars, J. (1988). *Sobre Walter Benjamin*. España: Península.

De los Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología

- Akrich, M. (1992). *The De-Description of technical objects*. In W. & Bijker, *Shaping technology / Building society: Studies in Sociotechnical Change*. London, England: MIT Press. Cambridge.
- Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Arendt, H. (2008). *La promesa política*. (E. Cañas, Trans.) Barcelona, España: Paidós.
- Bauman, Z. (2005). *Vidas desperdiciadas: la modernidad y sus parias*. Barcelona, España: Paidós.
- Berger, P. &. (2008). *La construcción social de la realidad*. (S. Zuleta, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Bijker, W. (1989). *The social construction of bakelite: toward a theory of invention*. En T. &. Pinch, & T. &. Pinch (Ed.), *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. (págs. 159 - 187). Cambridge, Mass, England: The MIT Press.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. (M. A. Muñoz, Trad.) Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Cruickshank, L. (2010). *The innovation dimension: Designing in a broader context* author(s). *Design Issues*, 26(2), 17 - 26. Obtenido de Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/20749939> Accessed: 12-09-2016 09:45 UTC
- Deleuze, G. (1999). *Michel Foucault, filósofo*. Barcelona, España: Gedisa.
- Deleuze, G. &. (2004). *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia* (6 ed.). (J. V. Pérez, Trad.) Valencia, España: Pre-textos.
- Fleck, L. (1986). *La génesis y el desarrollo de un hecho científico*. (L. Meana, Trans.) Madrid, España: Alianza Editorial.
- Gieryn, T. (1983). *Boundary-work and the demarcation of science from non-science: strains and interests in professional ideologies of scientosts*. *American Sociological Review*, 48, 781 - 795.
- Gish, L. &. (2013). *The framing of product ideas in the making: a case study of the development of an energy saving pump*. (T. &. Francis, Ed.) *Technology analisis & strategic manegement*, 25(9), 1085-1101.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*. (M. Talens, Trad.) Madrid, España: Ediciones Cátedra - Universitat de Valencia.
- Hughes, T. (1989). *The evolution of large technological systems*. En T. &. Pinch, & T. &. Pinch (Ed.), *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. (págs. 51 - 82). Cambridge, Mass, England: The MIT press.
- Knorr - Cetina, K. (2005). *La fabricación del conocimiento: un ensayo sobre el carácter constructivista y contextual de la ciencia* (1 ed. ed.). (M. I. Stratta, Trans.) Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Knorr- Cetina, K. (s.f.). *Los estudios etnográficos del trabajo científico hacia una interpretación constructivista de la ciencia*.
- Kuhn, T. S. (1998). *La estructura de las revoluciones científicas*. (A. Contin, Trans.) Santafe de Bogotá, Colombia: Fondo de la cultura económica.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos: ensayo de antropología simétrica*. (V. Goldstein, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Siglo veintiuno editores.
- Lyotard, J. F. (1994). *La condición postmoderna*. Barcelona, España: Catedra.
- Mockus, A. (1988). *Representar y disponer*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

- Oudshoorn, N. &. (2003). *How Users matter: the co-construcción of users and technology*. (N. &. Oudshoorn, Ed.) Cambridge, Mass, London, England: The MIT Press.
- Pinch, T. &. (1989). *The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other*. En W. &. Bijker, & W. &. Bijker (Ed.), *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. (págs. 17 - 50). Cambridge, Mass, England: The MIT press.
- Polanyi, M. (1966). *El estudio del hombre* (1a ed.). (A. Cucurullo, Trans.) Buenos Aires, Argentina: Paidós Buenos Aires.
- Latour, B. (1992). *Ciencia en acción: cómo seguir a los científicos e ingenieros a través de la sociedad* (1 ed ed.). (R. M. Eduardo Aiber, Trans.) Barcelona, España: Labor.
- Latour, B. &. (1995). *La vida en el laboratorio: La construcción de los hechos científicos*. (E. Perez, Trans.) Madrid, España: Alianza Editorial.
- Latour, Bruno & Weibel, Peter. (2002). *Iconoclast*. Karlsruhe. Germany: ZKM. Centre for art and media.
- Latour, Bruno (2005). *Making things public: atmospheres of democracy*: Cambridge, Mass: MIT press.
- Popper, K. (1975). *La ciencia normal y sus peligros*. In I. &. Lakatos, *La crítica y el desarrollo del conocimiento científico* (p. 149). Barcelona, España: Grijalbo.
- Shapin, S., & Schaffer, S. (2005). *El Leviathan y lo bomba de vacío: Hobbes, Boyle y la vida experimental*. (A. Buch, Trad.) Quilmes, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Schwartz Cowan, R. (1989). *The consumption junction: a proposal for research strategies in the sociology of technology*. En W. &. Bijker, & W. &. Bijker (Ed.), *The social construction of technological system*. London, England: The MIT Press.
- Simon, H. (1988). *The Science of design: creating the artificial*. Design Issues, IV(1 & 2).
- Woolgar, S. (1991). *Ciencia: abriendo la caja negra*. Barcelona, España: Anthropos

Desde la Organización

- Akrich, M. &. (2002). *The key to success in innovation * part I. International Journal of Innovation Management* , 6 (2), 187 - 206.
- Akrich, M. &. (2002). *The key to success in innovation * part II: The art of choosing good spokespersons. International Journal of Innovation Management* , 6 (2), 207 - 225.
- Arciszewski, Tomasz, Ryszard Michalski, y Janusz. Wnek. «*Constructive induction: the key to design creativity.*» *Proceedings of the third international round-table conference on computational models of creative design*. Queensland: George Mason university, 1995.
- Azadegan, A., D. Bush, y K. J. Dooley. (2008) «*Design creativity: Static or dynamic capability?*» *International Journal of Operations and Production Management* 28, nº 7: 636 - 662.
- Beaulieu, Anne & Scharnhorst, Andrea. «*Not another case study: a middle-range interrogation of ethnographic of E-science.*» *Science, Technology, & Human Values* (Sage publications) 32, nº 6 (Noviembre 2007).

- Brackman, Beverly, y Robert Morgan. «*The role of existing knowledge in New Product innovativeness and performance.*» *Decision Sciences* 34, nº 2 (2003).
- Bravo, E. (2012). *Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica . Espacio abierto Cuaderno Venezolano de Sociología* , 21 (3), 543 - 556.
- Carayannis, E, y J. Coleman. «*Creative system design methodologies: The case of complex technical systems .*» *Technovation* 25, nº 8 (2005): 831 -840.
- Cardona Acevedo, M. &. (2006). Competitividad y el entorno organizativo de la pymes en Colombia. *Innovación y ciencia* , XIII (3), 76-89.
- Chun, A., y T. McDonald. «Translation and materiality: The space of invention between designing and building .» *Journal of architectural education* 55, nº 3 (2002): 183 - 185.
- Dollinger, S. J., y M. Shafran. «Note on consensual assessment technique in creativity research .» *Perceptual and motor skills* 100, nº 31 (2005): 592 - 598.
- Fantoni, G., C. Taviani, y R. Santoro. «Design by functional synonyms and antonyms: A structured creative technique based on functional analysis.» *Journal of engineering manufacture: Proceedings of the institution of mechanical engineers*, Par B. 221, nº 4 (2007): 673 - 683.
- Flood, M, y K.D. Phillips. «Creativity in older adults: A plethora of possibilities.» *Issues in Mental Health Nursing* 28, nº 4 (2007): 389 - 411.
- Gisbert Lopez, Maria Cinta. *Creatividad e innovación en la practica empresarial.* Madrid: Fundación Cotec para la innovación tecnológica, 2005.
- Gish, L., C. Clausen, y C. T. Hansen. «A Case Study of Idea Work in the Early Phases of Product Development.» Editado por M. Norell Bregendahl, M. Grimheden, P. L. Leifer, Skogstad y J. Clarkson (Eds.). *Proceedings of the 17th International Conference on Engineering Design (ICED09)*. Design Society. 2009. 447 - 458.
- Gish, Liv, y Christian Clausen. «The framing of product ideas in the making: a case study of the development of an energy saving pump .» *Technology analiys & strategic management* 25, nº 9 (2013): 1085 -1101.
- Goel, P. &. (1988). Creativity and innovation in durable product development. *Computers & Industrial Engineering* , 35, 5-8.
- Gonzales-Miranda, D. R. (2014). Los estudios organizacionales. Uncampo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones. INNOVAR. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, 43 - 58.
- Guesgüan Serpa, O. (06 de Julio de 2015). Recuperado el 06 de 08 de 2017, de Una ley sin horma para zapateros: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/una-ley-sin-horma-zapateros-articulo-570808>
- Hsiao, S. -W.-R. (2004). A creativity - based design process for innovative product design. *International Journal of Industrial Ergonomics* (34), 421-443.
- Kent, T. «Creative space: Design and the retail environment.» *International Journal of Retail and Distribution Management* 35, nº 9 (2007): 734 - 745.
- Law, J. (2006). *After metod: mess in social science research.* London, England: Routledge Taylor & Francis Group.
- Koestler, Arthur. *El acto de la creación.* Buenos Aires: Losada, 1974.

- Lowenfeld, V & Brittan, L. Desarrollo de la capacidad creadora. Buenos aires: Kapeluz, 1970.
- Mc Glashan, A.A. «Designer stories: A commentary on the community of design practice .» International Journal of technology and design education. 21, nº 3 (2011): 235 - 260.
- Mcloughlin, Ian, Richard Badham, y Paul Couchman. «Rethinking political process in technological change: Socio-technical configurations and frames.» Technology analysis & Strategic Management 12, nº 1 (2000).
- Merrick, K.E., N. Gu, y X. Wang. «Case studies using multiuser virtual worlds as an innovative platform for collaborative design .» Electronic Journal of Information Technology in Construction., nº 16 (2011): 165 - 188.
- Mulet, E., y R. Vidal. «Heuristic guidelines to support conceptual design .» Research in engineering design 19, nº 2-3 (2008): 101 - 112.
- Mumford, Lewis. *Técnica y civilización*. 4. Traducido por Constantino Aznar. Madrid: Alianza, 1982.
- Naes, T., y T.E. Nyvold. «Creative design - An efficient tool for product development .» Food quality and preference 15, nº 2 (2004): 97 - 104.
- Ng, P, y N. Anuar. «A case study on the importance of knowledge management in creative product development.» IEEE, 2011: 669 - 673.
- Nonaka, I. &. (1999). *La organización creadora de conocimiento: cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. (M. H. Kocka, Trans.) México, México: Oxford University Press.
- Perkins, David. *Conocimiento como diseño*. 1. Traducido por Frank Quebbemann. Bogotá: Facultad de Psicología. Pontificia Universidad Javeriana, 1989.
- Petkovic, D., M. Issa, N.D. Pavlovic, y L. Zentner. «Application of the TRIZ creativity enhancement approach to design of passively compliant robotic joint.» International journal of advanced manufacturing technology. 67, nº 1 - 4 (2013): 865 -875.
- Redelinghuys, C., y A.T. Bahill. « A framework for the assessment of the creativity of product design teams .» Journal of engineering design 17, nº 2 (2006): 121 - 141.
- Simon, Herbert. «The science of design: creating the artificial.» Design Issues IV, nº 1 & 2 (1988): 67-82.
- Styger, L. «The design of teaching protocols that develop creativity, innovation and innovative thinking within higher education business schools - A transfer of best practice from design and engineering education principles.» Proceedings of the 14th international conference on engineering and product design education: design education for future wellbeing, EPDE 2012. 2012. 481 -486.
- Schot, J., & de la Bruheze, A. A. (2003). The mediated design of products, consumption, and consumers in the twentieth century. En N. Oudshoorn, T. Pinch, N. Oudshoorn, & T. Pinch (Edits.), *The co-construction of users and technologies*. (págs. 229 - 245). London, England: The MIT Press Cambridge, Massachusetts.
- Teerajetgul, W., y C. Chareonngam. «Tacit knowledge utilization in Thai construction projects.» Journal of knowledge management. 12, nº 1 (2008): 164 - 174.

- Yilmaz, S., y C.M. Seifert. «Cognitive heuristics in design ideation.» International design conference, DESIGN 2010. s.f. 1007 - 1016.

Desde la transmisión de Conocimiento

- Bentham, J. (2005). *El panóptico*. (F. D. Levit, Trans.) Buenos Aires, Argentina: Cuadrata.
- Davis, J. (febrero de 2014). *Los nuevos genios. Go Latinoamérica*.
- Novak, J. &. (1988). *Aprendiendo a aprender*. Barcelona, España: Ediciones Martínez Roca.
- Ausubel, N. &. (2006). *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo* (2 ed.). (M. S. Pineda, Trans.) México, México: Trillas.
- Rancière, J. (2003). *El maestro ignorante: cinco colecciones sobre la emancipación intelectual* (1 ed.). (N. Estrach, Trans.) Barcelona: Laertes.
- Zuleta, E. (2001). *Educación y Democracia*. Medellín, Colombia: Hombre nuevo editores

Desde el Diseño

- Baudrillard, J. (1997). *El sistema de los objetos* (15 ed.). (F. G. Aramburu, Trad.) México D.F., México: Siglo veintiuno editores.
- Bonsiepe, G. (1998). *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Calvera, A. (2007). Introducción. Materiales para la estética del diseño. En A. (. Calvera, *De lo bello de las cosas*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto* (1 ed.). (C. Giménez, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Calvino, I. (2007). *Todas las cosmicómicas*. (Á. Sánchez-Gijón, Trad.) Madrid, España: Ediciones Siruela.
- Carvalho, L., & Dong, A. (September de 2009). *Legitimizing design: a sociology of knowledge account of the field*. *Issues Design*, 30(5), 483-502.
- Carayannis, E. &. (2005). Creative system design methodologies: the case of complex technical systems. *Technovation*, 25 (8), 831 - 840.
- Cerulo, K. (1997). Identity Constructions: New Issues, New Directions. *Annual Review of Sociology*, 23, 385 - 409. Obtenido de <http://links.jstor.org/sici?sici=0360-0572%281997%2923%3C385%3AICNIND%3E2.0.CO%3B2-O>
- Fantoni, G. &. (2007). Design by functional synonyms and antonyms: A structured creative technique based on functional analysis. *Journal of Engineering Manufacture*, 221 (4), 673 - 683.
- Giedion, S. (1978). La mecanización toma el mando. (E. R. Suarí., Trad.) Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Goel, &. P. (1992). The structure of design problem spaces. *Cognitive spaces*, 395 - 492.
- Goel, P. &. (1988). Creativity and innovation in durable product development. *Computers & Industrial Engineering*, 35, 5-8.

- Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn*. Florida, USA: CRC Press -Taylor & Francis.
- Maldonado, T. (1994). *Lo real y lo virtual*. Barcelona, España: Gedisa.
- Mennekes, F. (1997). *Joseph Beuys: pensar cristo*. Barcelona, España: Herder.
- Moles, A. &. (1983). *Micropsicología y vida cotidiana: soledad individual y universo colectivo*. (G. M. Medina, Trad.) México, México: Trillas.
- Moles, A. (1975). *Teoría de los objetos* (2 ed.). (L. P. Bacín, Trad.) Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Moles, A. (1990). *El Kitsch: el arte de la felicidad* (1 reimp. ed.). (J. Lumer, Trad.) Barcelona, España: Paidós Studio.
- Mumford, L. (1982). *Técnica y civilización* (4 ed.). (C. Aznar, Trans.) Madrid, España: Alianza.
- Perkins, D. (1989). *Conocimiento como diseño* (1 ed.). (F. Quebbemann, Trans.) Bogotá: Facultad de Psicología. Pontificia Universidad Javeriana.
- Simon, H. (1988). The science of design: creating the artificial. *Design Issues*, IV (1 & 2), 67-82.
- Sennet, R. (2009). *El artesano* (1 ed ed.). (M. A. Galmarini, Trans.) barcelona, España: Anagrama.
- SHOEtting Stars / Der Schuh in Kunst und Design / KUNST HAUS WIEN / 18 Juni – 5 Oktober 2014.
- Strandh, S. (1982). *Máquinas: una historia ilustrada*. (H. B. ediciones, Ed.) Madrid, España.
- Virilio, P. (1998). *La máquina de la visión* (Segunda ed.). (M. A. RATO, Trad.) Madrid, España: Catedra - Signo e imagen.

Desde la Creatividad

- Azadegan, A. &. (2008). Design creativity: static or dynamic capability. *International Journal of Operations and Production Management*, 28 (7), 636 - 662.
- De Bono, E. (1994). *Ideas para profesionales que piensan*. (I. Ucha, Trad.) Barcelona, España: Paidós empresa 2.
- De Bono, E. (2004). *El pensamiento Paralelo*. (R. Martinez, Trad.) Barcelona, España: Paidós Plural.
- De la Calle, R. (1981). *En torno al hecho artístico*. (F. Torres, Ed.) Valencia, España.
- De la Torre, S. (1991). *Evaluación de la creatividad. TAEC (test de abreación para evaluar la creatividad), un instrumento de apoyo a la reforma*. Madrid, España: Escuela Española.
- De Quesada, A. E. (2001). *Creación y proyecto: el método en diseño y otras artes*. Barcelona, España: Institució Alfons el Magnànim.
- Dorst, K. &. (2001). Creativity in the design process: co-evolution of problem - solution. *Design studies* (22), 425 - 437.
- Flood, M. &. (2007). Creativity in older: a plethora of possibilities. *Issues in mental health nursing*, 28 (4), 389 - 411.
- Koestler, A. (1974). *El acto de la creación*. Buenos Aires, Argentina: Losada.
- Lowenfeld, V. &. (1970). *Desarrollo de la capacidad creadora*. Buenos aires, Argentina: Kapeluz.
- Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, España: Anagrama.
- Marín Ibañez, R. (1995). *La creatividad. Diagnostico, evaluación e investigación*. Madrid, España: U.N.E.D.

- Merrick, K. &. (2011). Case studies using multiuser virtual worlds as an innovative platform for collaborative design . *Electronic Journal of Information Technology in Construction* (16), 165 - 188.
- Naes, T. &. (2004). Creative design - An efficient tool for product development . *Food Quality and Preference* , 15 (2), 97 - 104.
- Sethi, R. &. (2001). Cross-functional product development teams, creativity and the innovativeness of new consumer product. *Journal of marketing research* , XXXVIII, 73 - 85.
- Tatarkiewicz, W. (1997). *historia de seis ideas: arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estetica* (6 ed.). (F. R. Martín, Trad.) Madrid, España: Tecnos.
- Yilmaz, S. &. (2010). Cognitive heuristics in design ideation. *11th International Design Conference, DESIGN 2010*, (págs. 1007 - 1016).
- Wang, D., & Ilhan, A. O. (2009). Holding creativity together: A sociological theory of the design professions. *Design Issues*, 25(1), 5 - 21.

Propósito General

- Asociación Nacional de Instituciones Financieras: ANIF. (2013). *La gran encuesta Pyme: segundo semestre de 2013*. Bogotá, Colombia: Centro de estudios económicos.
- Camara de Comercio de Bogotá. (2006). *Balance tecnológico de la cadena productiva Marroquinería en Bogotá y Cundinamarca*. (2 ed. ed.). Bogota., Colombia: Departamento de publicaciones.
- Cardona Acevedo, M. &. (2006). Competitividad y el entorno organizativo de la pymes en Colombia. *Innovación y ciencia* , XIII (3), 76-89.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (5 de 12 de 2013). *Encuesta de desarrollo e innovación tecnológica: industria manufacturera Edit VI 2011 - 2012*. Recuperado el 24 de 09 de 2014, de DANE: www.dane.gov.co
- Dinero. (16 de 09 de 2005). China: la piedra en el zapato. Recuperado el 07 de 08 de 2017, de <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/china-piedra-zapato/29934>
- EIPaís.com.co. (31 de Enero de 2013). Zapatos chinos tienen en riesgo 100.000 empleos del sector del calzado. Economía. Recuperado el 06 de 08 de 2017, de <http://www.elpais.com.co/economia/zapatos-chinos-tienen-en-riesgo-100-000-empleos-del-sector-del-calzado.html>
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Hammersley, M. &. (1994). *Etnografía: métodos de investigación* (1 ed.). Barcelona, España: Paidós.
- Instituto de Biotecnología Universidad Nacional. (2008). *Propuesta para la creación del "centro de Innovación y Desarrollo sostenible en Ciencias de la Vida" de la Universidad Nacional de Colombia*. Borrador, Universidad Nacional de Colombia, IBUN, Bogotá.
- Nietzsche, F. (2006). *Más allá del bien y del mal*. (S. Albano, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Gradifco.
- Señal Colombia. (2013). *Que el mundo lo sepa*. Retrieved 24 de 05 de 2014 from Los tacones soñados: <http://www.youtube.com/watch?v=-E-yHPUtPQ>

- Universidad del Rosario. (08 de 2013). *Plan de negocios del Sector de Cuero, Calzado y Marroquinería: Una respuesta para la transformación productiva* . Recuperado el 24 de 09 de 2014, de Acicam & Fedecuero & Programa de transformación productiva & Universidad del Rosario: www.urosario.edu.co
- Universidad Nacional de Colombia. (2010). *Propuesta de creación y apertura del programa doctorado en ingeniería: Industria y organizaciones*. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ingeniería - sede Bogotá. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.